

**STRATEGI *COMMUNITY DEVELOPMENT* PT. PLN INDONESIA POWER SURALAYA  
PGU PADA PROGRAM TAMAN BUDAYA SURALAYA**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia**

**Oleh**

**ALFIERA SALSABILLA**

**19321109**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI *COMMUNITY DEVELOPMENT* PT. PLN INDONESIA POWER SURALAYA  
PGU PADA PROGRAM TAMAN BUDAYA SURALAYA**



Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan  
dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi

Tanggal: 21 Juli 2023

Dosen Pembimbing Skripsi,

الجامعة الإسلامية  
الاندونيسية

**Nadia Wasta Utami, S.I.Kom, M.A.**  
**NIDN 0505068902**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI *COMMUNITY DEVELOPMENT* PT. PLN INDONESIA POWER SURALAYA  
PGU PADA PROGRAM TAMAN BUDAYA SURALAYA**



Disusun oleh

**Alfiera Salsabila**

**19321109**

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Tanggal : 19 September 2023

Dewan Penguji:

1. Ketua: Nadia Wasta Utami, S.I.Kom, M.A.

NIDN 0505068902

( ..... )

2. Anggota: Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN 0529098201

( ..... )

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia



**Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D**

**NIDN: 0506038201**

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

*Bismillahirrahmanirrahim*

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Alfiera Salsabilla

Nomor Mahasiswa : 19321109

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 25 Juli 2023

Yang menyatakan,



**Alfiera Salsabilla**

**NIM 19321109**

# SURAT SELESAI PENELITIAN



## SURAT KETERANGAN

Nomor : 60.Skt/324/SLAPGU/2023

Diberikan Kepada :

Nama : ALFIERA SALSABILLA  
Nim : 19321109  
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI  
Institusi : UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Menerangkan bahwa yang bersangkutan telah melaksanakan Penelitian/Tugas Akhir dengan judul  
"STRATEGI COMMUNITY DEVELOPMENT PT PLN INDONESIA POWER SURALAYA PGU  
PADA PROGRAM TAMAN BUDAYA SURALAYA"  
terhitung mulai tanggal 02 JANUARI 2023 s/d 31 MEI 2023

Suralaya, 31 MEI 2023  
MANAJER SDM & HUMAS  
SURALAYA PGU

KRISLOANA KENDALI

AKHLAK



## **HALAMAN MOTTO**

*“For indeed, with hardship [will be] ease. Indeed, with hardship [will be] ease.”*

*(QS Al-Insyirah: 5-6)*

## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan rasa syukur, karya ini saya persembahkan untuk yang terkasih:

Mamah, Bapak, Kakak, dan Adik.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim. Alhamdulillahirabbil'alamin*, puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan, sehingga penulis dapat dengan baik menyusun dan menyelesaikan karya skripsi ini dengan judul “Strategi *Community Development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU pada Program Taman Budaya Suralaya”. Tidak lupa, shalawat serta salam penulis sampaikan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umat Muslim menuju zaman yang penuh ilmu pengetahuan ini. Penelitian ini diajukan sebagai persyaratan untuk memenuhi gelar Sarjana Strata Satu dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.

Pada proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan dorongan dari berbagai macam pihak baik dalam segi material maupun non material sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Maka, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orangtua penulis, Ibu Endang Susilawati dan Bapak Sutopo Raharjo yang senantiasa selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, dan motivasi yang begitu besar serta, adanya dukungan berupa moral dan materi selama studi akademik di Yogyakarta sehingga penulis dapat menyelesaikan tahapan pendidikan ini.
2. Kakak penulis, Mas Akmal dan Mas Andre serta Adik penulis Algy yang memberikan dukungan dalam proses pengerjaan skripsi.
3. Bapak Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan kesempatan bagi seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk melakukan penelitian pengerjaan skripsi.
4. Ibu Nadia Wasta Utami, S.I.Kom., M.A., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan bimbingan, arahan, dukungan, dan motivasi agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Anggi Arifudin Setiadi, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan, bantuan, dan menjadi wali penulis selama berkuliah di Universitas Islam Indonesia.
6. Segenap Dosen Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama masa perkuliahan. Serta, staf Prodi Ilmu Komunikasi yang membantu administrasi selama proses penelitian ini.
7. Narasumber Bapak Andi Dwi Laksono selaku *Asisten Manager* Humas dan Comdev PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU, Bapak Luthfie Masyhadi selaku *Junior Officer Comdev* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU, Ibu Fatimah selaku

Masyarakat Binaan Taman Budaya Suralaya, dan para staf divisi humas dan *community development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU lainnya yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan informasi terkait penelitian penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

8. Teman-teman seperjuangan Delsa Adelawati Agraeni, Putri Nur Khodijah, Azka Nazhiifah Budiman, Chyta Agustyningthyas, dan Fathia M Sekaringtyas yang senantiasa berjuang bersama dari semester 1 hingga terselesaikannya skripsi ini. Serta, Adhwa Dwi Putri yang turut memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
9. Teman-teman penulis Lisa, Zahra, Fitri, Syahda, Dhea, Andrea, Fina, dan Sonya yang menjadi tempat keluh kesah, selalu memberikan dukungan, semangat, dan hiburan kepada penulis.
10. Diri saya sendiri yang telah kuat dan berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini.



## ABSTRAK

**Salsabilla, Alfiera. 19321109. *Strategi Community Development PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU pada Program Taman Budaya Suralaya.* (Skripsi Sarjana). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, 2023.**

Kegiatan *Community Development* adalah salah satu program Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat memberikan jalan kepada masyarakat supaya dapat mencapai kondisi sosial yang lebih baik, lebih berdaya, mandiri, dan sejahtera. Salah satu program *Community Development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU yang berhasil mendapatkan dua penghargaan adalah program Taman Budaya Suralaya (TBS). Program Taman Budaya Suralaya (TBS) merupakan sebuah bentuk pemberdayaan dan sinergi budaya yang berbasis pada lingkungan dan budaya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi *Community Development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU pada Program Taman Budaya Suralaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif yang dengan pengambilan data melalui wawancara langsung kepada pihak terkait, observasi, dan dokumentasi.

Hasil yang ditemui dalam penelitian ini adalah strategi *Community Development* yang digunakan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU pada Program Taman Budaya Suralaya adalah 1) Pembuatan *Social Mapping* dan *Roadmap* dalam menentukan sasaran dan target Program Taman Budaya Suralaya. 2) Pendekatan melalui *Forum Group Discussion*, *Key Person*, dan *Person To Person* dalam memahami harapan komuniti dan *stakeholder*. 3) Menciptakan kerjasama dengan beberapa *Stakeholder* pada Program Taman Budaya Suralaya guna menciptakan masyarakat yang mandiri. 4) Memberikan pelatihan dan infrastruktur guna meningkatkan potensi masyarakat binaan Taman Budaya Suralaya.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility, Community Development, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU*

## **ABSTRACT**

**Salsabilla, Alfiera. 19321109. *Community Development Strategy PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU in the Taman Budaya Suralaya Program.* (Undergraduate Thesis). Communication Science Study Program, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Indonesian Islamic University, 2023.**

*Community Development activities are one of the Corporate Social Responsibility (CSR) programs carried out by the company in order to provide a way for the community to achieve better, more empowered, independent and prosperous social conditions. One of the Community Development programs of PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU which has won two awards is the Taman Budaya Suralaya (TBS) program. The Taman Budaya Suralaya Program (TBS) is a form of cultural empowerment and synergy based on the environment and culture.*

*The purpose of this research is to find out how the Community Development Strategy of PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU in the Taman Budaya Suralaya Program. The method used in this study is descriptive qualitative by collecting data through direct interviews with related parties, observation, and documentation.*

*The results found in this study are the Community Development strategy used by PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU in the Taman Budaya Suralaya Program are 1) Creating a Social Mapping and Roadmap in determining the goals and targets of the Taman Budaya Suralaya Program. 2) Approach through Forum Group Discussion, Key Person, and Person to Person in understanding community and stakeholder expectations. 3) Creating cooperation with several stakeholders in the Taman Budaya Suralaya Program to create an independent society. 4) Providing training and infrastructure to increase the potential of the Taman Budaya Suralaya assisted community.*

***Keywords: Corporate Social Responsibility, Community Development, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU***

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK .....	iii
SURAT SELESAI PENELITIAN .....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Tinjauan Pustaka.....	5
F. Metode Penelitian .....	16
BAB II .....	20
A. Sejarah PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU .....	20
B. Lokasi dan <i>Layout</i> PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU .....	21
C. Makna Logo PT. Indonesia Power .....	22
D. Visi, Misi, Motto, Kompetensi Inti, dan Tujuan PT. Indonesia Power .....	23
E. Struktur Organisasi PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU .....	24
F. Struktur Divisi Humas dan <i>Community Development</i> PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU.....	24
BAB III .....	28
A. Temuan Masalah Penelitian.....	28
B. Pembahasan Penelitian .....	47
BAB IV .....	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Keterbatasan Penelitian .....	79

C. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	xiii

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Layout</i> PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU .....	22
Gambar 2.2 Logo PT. Indonesia Power .....	22
Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU .....	24
Gambar 2.4 Struktur Divisi Humas dan <i>Community Development</i> PT. PLN.....	25
Gambar 3.1. Gerbang masuk Ecopark.....	30
Gambar 3.2 Penjelasan Ecopark.....	31
Gambar 3.3 Kelompok Bandrong.....	33
Gambar 3.4 Ecopark.....	34
Gambar 3.5 Pujasera Kelompok Amboja.....	34
Gambar 3.6 Saung Budaya.....	35
Gambar 3.7 Pemanfaatan FABA pada Ecopark .....	36
Gambar 3.8 Serah Terima Bantuan Covid-19 kepada Kelompok.....	37
Gambar 3.9 Pelatihan Keamanan Pangan.....	38
Gambar 3.10 Pelatihan Pembuatan Ecobrick .....	38
Gambar 3.11 Pelatihan penanaman TOGA .....	40
Gambar 3.12 Promosi Ecopark.....	44
Gambar 3.13 Penghargaan 2019.....	46
Gambar 3.14 Penghargaan 2021.....	46
Gambar 3.15 Kegiatan Monitoring Kelompok .....	47

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Narasumber .....	28
Tabel 3.2 <i>Roadmap</i> Program Taman Budaya Suralaya .....	29
Tabel 3.3 Pola Kemitraan dalam Program Taman Budaya Suralaya .....	43
Tabel 3.4 Realisasi <i>Roadmap</i> Program Taman Budaya Suralaya .....	68

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dewasa ini bukan hanya pemerintah namun perusahaan, sektor swasta, dan masyarakat menjadi salah satu penanggung jawab dalam pembangunan suatu negara. Perusahaan harus aktif berperan pada peningkatan masyarakat karena perusahaan merupakan sebuah bagian dari asas perekonomian suatu negara. Pada realitanya, kini sudah banyak perusahaan yang melakukan aktivitas tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) di tengah-tengah masyarakat yang mana masyarakat langsung dapat merasakan hasilnya (Sufyati, 2016:23). Hal tersebut sudah banyak dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab dari kehadirannya perusahaan di tengah masyarakat yang secara tidak langsung memberikan berbagai macam dampak pada lingkungan dan timbulnya kesenjangan perekonomian. Dengan begitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dianggap menjadi salah satu sudut pandang yang primer dalam meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat di sekitar guna berkesinambungnya aktivitas operasional perusahaan.

Di awal kemunculannya CSR masih bersifat sukarela (*philanthropy*), namun dengan seiring berjalannya waktu CSR berlanjut menjadi sebuah tanggung jawab yang wajib dilakukan oleh setiap perusahaan. Hal tersebut didukung juga dengan di Indonesia sendiri, terdapat putusan implementasi CSR mengenai kewajiban sosial dan lingkungan yang disusun pada Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 pasal 74 tahun 2007. (Ojk.go.id, n.d.). Putusan tersebut dilakukan dengan maksud untuk meningkatkannya kualitas sebuah lingkungan dan kehidupan sosial masyarakat dengan perusahaan, serta untuk kesinambungan ekonomi negara.

Lewat CSR, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU melaksanakan kewajibannya dalam bertanggung jawab dengan lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan tepatnya pada daerah suralaya. Karena PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU merupakan perseroan yang befokus pada bidang Pembangkit Listrik Tenaga Uap dan sebagai unit dari kelistrikan Jawa-Bali yang mempunyai kemampuan generator sebanyak 3.400 MW serta mencakup Unit 1 hingga 7. Serta, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU keberadaannya sangat penting untuk menjalankan tugasnya sebagai penyedia 12% listrik untuk daerah Jawa-Madura-Bali (Hasan, 2021). Dengan begitu PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU menyadari bahwa keberadaannya di tengah

masyarakat harus lebih memberikan perhatian yang khusus dan dampak yang positif bagi masyarakat daerah Suralaya.

Kini CSR sudah menjadi hal yang bersifat wajib, bukan lagi hal yang bersifat sukarela karena sudah menjadi komitmen sebuah perusahaan dalam menanggung jawabkan keberadaannya di masyarakat. Terutama pada perusahaan yang bersangkutan dengan sumber daya alam maka sudah seharusnya melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat sekitar. Misi, budaya, lingkungan, profil risiko, serta keadaan fungsional tiap perusahaan merupakan sebuah hal yang sangat bergantung pada pengimplementasian CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan (Akbar & Humaedi, 2020). Bersamaan dengan hal tersebut, CSR dapat menjadi salah satu upaya dalam mengatasi masalah sosial melalui program *Community Development*. Kegiatan *Community Development* dilakukan oleh perusahaan agar dapat memberikan jalan kepada masyarakat supaya dapat mencapai kondisi sosial yang lebih baik, lebih berdaya, mandiri, dan sejahtera.

Secara teori maupun implementasinya, CSR tidak dapat dilepaskan dari pelaksanaan pengembangan masyarakat atau biasa dikatakan dengan *Community Development*. Kerap kali, kegiatan CSR pada bidang sosial dan ekonomi langsung ditujukan pada pemberdayaan masyarakat. Dengan begitu, sebaliknya pada aktivitas pemberdayaan masyarakat seringkali menyertakan program CSR. Maka, masyarakat yang berdaya merupakan tujuan akhir dari adanya program-program CSR (Saleh & Sihite, 2020). Menurut (Al-Kautsari, 2019:58), kesejahteraan pada masyarakat dapat tercapai melalui program *Community Development* yang diaplikasikan dengan tepat sesuai berdasarkan dengan kebutuhan serta permasalahan yang ada pada masyarakat.

Dalam prinsipnya, kini masyarakat yang menjadi sasaran dalam program *Community Development* bukan lagi dapat dikatakan sebagai masyarakat atau kelompok yang tidak memiliki potensi apapun dan lemah. Namun, masyarakat dinilai sebagai sebuah kelompok yang pada dasarnya memiliki berbagai potensi guna keluar dari berbagai masalah termasuk mengenai taraf hidup, sosial, dan ekonomi. Permasalahan yang dihadapi masyarakat yang sebenarnya memiliki potensi ialah lebih kepada minimnya akses yang ada untuk mengembangkan potensi yang dimiliki, serta terbatasnya fasilitator dalam memanfaatkan potensi yang dimiliki. Dalam hal ini, fasilitator memiliki peran penting dalam mengidentifikasi potensi pada masyarakat dan



mengimplementasikannya dengan pihak lainnya guna bekerjasama dalam meningkatkan kapasitas (Al-Kautsari, 2019:59).

Salah satu program *Community Development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU yang berhasil mendapatkan dua penghargaan adalah program Taman Budaya Suralaya (TBS). Program Taman Budaya Suralaya (TBS) merupakan sebuah bentuk pemberdayaan dan sinergi budaya yang berbasis pada lingkungan dan budaya. Program *Community Development* tersebut berisi kegiatan berjualan yang berbasis pada lingkungan dan juga latihan serta pertunjukan Bandrong yang merupakan tarian khas kota Cilegon. Dalam program tersebut, PT. Indonesia Power Suralaya PGU memanfaatkan langsung masyarakat asli daerah suralaya yang butuh diberdayakan dan memiliki potensi untuk ikut berkontribusi dalam program *Community Development* yang telah disusun sesuai dengan segala potensi dan kebutuhan pada masyarakat daerah Suralaya.

Pada tahun 2019, Program *Community Development* Taman Budaya Suralaya (TBS) yang dilakukan sebagai bentuk CSR PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU dianugerahi Citra Award tahun 2019 melalui Cilegon *Corporate Social Responsibility* (CCSR). PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU dinilai sudah melaksanakan tanggung jawab sosial dengan konkret dan telah memberikan hasil yang positif pada mutu hidup masyarakat dalam aspek sosial budaya, kesehatan, ekonomi, dan pendidikan (Bantennews, 2019). Sejalan dengan hal tersebut, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU tetap dapat mempertahankan kinerjanya dalam program *Community Development* sebagai bentuk CSR, hal tersebut dibuktikan dengan keberhasilannya untuk meraih lima penghargaan yang salah satunya merupakan CSR Bidang Sosial dan Pelestarian budaya, Kategori Karsa Budaya Prima yakni pada Program Taman Budaya Suralaya (TBS) dalam ajang yang digelar rutin tiap tahunnya di acara Cilegon *Corporate Social Responsibility* (CCSR) tahun 2021 yang diikuti oleh sebanyak 100 industri prioritas dan terpilih (Silitonga, 2022).

Hal tersebut didukung juga dengan adanya penerapan program *Community Development* dengan pelibatan dan pengembangan komunitas dalam Program CSR Indonesia Power - *Community Assistance, Relation and Empowerment* (INPOWER-CARE) yang telah ditetapkan oleh PT. Indonesia Power pusat bagi seluruh anak perusahaan. Yang kemudian dari ketiga konsep program *Community Development* tersebut, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU lebih memfokuskan pada kegiatan *Community Development* pada konsep ketiga yaitu *Community Empowerment* yang

merupakan program pemberdayaan masyarakat guna meningkatkan kualitas hidup. Program *Community Development* tertulis dalam SK Direksi 56.K/010/IP/2019 perihal Pedoman Pelaksanaan Kegiatan *Community Development* di wilayah PT. Indonesia Power yang dimaksudkan untuk menciptakan masyarakat yang mandiri dengan berbasis sumberdaya lokal sehingga dapat menjalankan roda perekonomiannya. Setiap tahunnya, *Community Development* sebagai bentuk CSR yang dilakukan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU terbagi menjadi tiga klaster yakni pelayanan masyarakat, pemberdayaan, dan pemeliharaan hubungan. (Dokumen PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU).

Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai “Strategi *Community Development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU pada Program Taman Budaya Suralaya”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan diatas maka rumusan masalah yang akan diteliti yaitu “Bagaimana Strategi *Community Development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU pada Program Taman Budaya Suralaya.”

## **C. Tujuan Penelitian**

Untuk memahami bagaimana Strategi *Community Development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU pada Program Taman Budaya Suralaya.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Akademis**

Harapannya dengan adanya penelitian ini mampu dijadikan sebagai referensi dan memberikan sumbangan pemikiran bagi peneliti selanjutnya khususnya dalam studi atau pembelajaran mengenai *Community Development*.

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi perusahaan, harapannya mampu membantu perusahaan mengembangkan program *Community Development* dengan adanya masukan atau rekomendasi yang diberikan oleh penelitian ini, serta menjadi rujukan untuk perusahaan lainnya dalam melaksanakan program *Community Development*.

- b. Bagi pembaca, mampu memberikan penjelasan tertulis dan menambah wawasan terkait Strategi *Community Development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU pada Program Taman Budaya Suralaya.

## E. Tinjauan Pustaka

### 1. Penelitian Terdahulu

*Pertama*, penelitian berjudul “Upaya *Community Development* PT. Rapp Estate Logas Dalam Membantu Meningkatkan Kualitas Pendidikan Pada Situasi Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Singingi”. Ditulis oleh Alvin Satria Mulyandi (2021), Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Skripsi ini disusun guna mencari tahu usaha PT. Rapp Estate Logas dalam mengembangkan mutu pendidikan di era pandemi Covid-19 pada Kecamatan Singingi melalui *Community Development*. Kualitatif menjadi metode yang di implementasikan pada penelitian ini dan disajikan dengan data primer serta sekunder. Cara akumulasi data yang diterapkan melalui wawancara, pengamatan langsung, dan dokumentasi.

Penelitian tersebut memiliki hasil yang menunjukkan jika upaya *Community Development* yang dilakukan oleh PT. Rapp Estate Logas sudah sukses dilakukan dengan efektif pada penerapannya di waktu pandemi covid-19 terhadap SDN 003 dilihat dari adanya peningkatan pendidikan yang dirasakan oleh pihak sekolah dan masyarakat. Terdapat beberapa tahapan dalam menjalankan program CSR sebagai bentuk *Community Development* yakni akumulasi fakta, pemahaman masalah, penyusunan aksi, dan evaluasi. Pada perencanaan program CSR tersebut pihak PT. Rapp Estate Logas memakai prosedur alur logis yaitu diterimanya segala masukan masyarakat pada perencanaan program yang ingin dilakukan. Dan program *Community Development* yang dilakukan berhubungan dengan pemerintah dan para *stakeholder*.

Untuk perbedaannya terdapat pada objek penelitiannya serta pada fokus *Community Development* nya yakni dalam meningkatkan kualitas pendidikan. Sedangkan persamaannya terdapat pada konsep yang dipakai yaitu mengenai penerapan *Community Development* pada sebuah perusahaan.

*Kedua*, penelitian dengan judul “INPOWER-CARE sebagai Implementasi *Community Relations* pada PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU (Studi Kasus Program Mitra Binaan Omah Kreteg Anggana)”. Penelitian ini dilakukan oleh M.

Farhan Fahrudin, Siska Mardiana, dan Annisarizki (2021). Jurnal Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Serang Raya. Penelitian ini dilakukan guna menganalisis penerapan dan pengembangan kegiatan INPOWER-CARE mitra binaan Omah Kreteg Anggana menjadi implemmentasi kegiatan *Community Relations*. Metode studi kasus dan kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan pada penelitian tersebut melalui pengamatan langsung, wawancara, dokumentasi dan kepustakaan.

Penelitian tersebut memiliki hasil yang memperlihatkan sistem unit *Public Relation* serta *Community Development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU pada pengimplementasian kegiatan *Community Relations* yakni melalui bentuk menjaga hubungan dan menjalin keakraban bersama penduduk melalui sosialisasi yang diperlukan. Dan dalam mengembangkan program *Community Development* melalui program Mitra Binaan Omah Kreteg Anggana, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memberikan pelatihan dengan konsep *Triple Bottom Line*, melakukan pelatihan, pengurusan izin, inovasi, dan memperbesar penjualan. Dengan adanya program tersebut masyarakat menjadi mandiri dan dapat menciptakan inovasi baru. Serta, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU dapat mempererat ikatan dengan penduduk dan kedua belah pihak saling menguntungkan.

Untuk perbedaannya yaitu pada penelitian ini berfokus pada *Community Relations* di program Mitra Binaan Omah Kreteg Anggana, namun pada penelitian yang akan dilakukan berfokus akan program *Community Development* yang ada program Taman Budaya Suralaya. Persamaan pada penelitian ini adalah meneliti terkait program *Community Development* yang ada di PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU.

*Ketiga*, penelitian dengan judul “Berdaya di Era Pandemi: Peran *Corporate Social Responsibility* dalam Penanggulangan COVID-19”. Penelitian ini dilakukan oleh Siti Hazar Sitorus dan Rahmad Hidayat (2020). Dalam *Journal of Social Development Studies*. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan guna mengkaji aktivitas CSR yang dilakukan serta mengetahui strategi yang digunakan dalam upaya penanggulangan pandemi oleh Pertamina Sungai Pakning terhadap wilayah sekitar perusahaan. Menggunakan metode kualitatif yang dijelaskan secara deskriptif dan memakai pendekatan studi kasus. Cara akumulasi data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan berita lokal sebagai pendukung.

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa Pertamina Sungai Pakning melakukan program CSR dengan baik dan keberadaannya sangat dibutuhkan di tengah dinamika yang terjadi akibat pandemi. Strategi yang digunakan Pertamina Sungai Pakning dalam upaya penanggulangan pandemi pada masyarakat daerah sekitar yaitu dengan donasi, pengembangan kemampuan, dan pemberdayaan penduduk. Ketiga strategi tersebut dapat melengkapi keperluan penduduk dalam menghadapi pandemi, serta meningkatkan hubungan perusahaan dan pemerintah dalam upaya pemecahan masalah yang terjadi di era pandemi.

Untuk perbedaan yaitu terdapat pada objek yang diteliti adalah Pertamina Sungai Pakning serta meneliti program CSR guna menanggulangi pandemi. Persamaan pada penelitian ini adalah fokus pada strategi CSR melalui *Community Development* yang digunakan pada sebuah perusahaan.

*Keempat*, penelitian dengan judul “Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT. Pertamina Terhadap Pemulihan Bisnis UMKM Binaan Akibat Pandemi Covid-19”. Penelitian ini dilakukan oleh Bharata Dharmacharya, Dwiningtyas Padmaningrum, dan Agung Wibowo (2022). Dalam Jurnal Komunikasi dan Penyuluhan Pertanian. Penelitian ini dilakukan guna mencari tahu upaya CSR PT. Pertamina dalam pemulihan UMKM binaan yang terdampak pandemi mulai dari aktualisasi, implementasi, dan kinerjanya. Menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan akumulasi data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa implementasi CSR PT. Pertamina tidak mengalami perubahan dari sebelum pandemi hingga terjadi pandemi, dimana masih tetap menggunakan strategi *Community Development* dengan lebih melakukan penyesuaian aktivitas. Penyesuaian yang dilakukan di era pandemi yaitu dengan lebih memfokuskan UMKM mitra binaan dalam digitalisasi. Perencanaan, aktualisasi, evaluasi, dan pelaporan merupakan empat tahapan yang dilakukan CSR PT. Pertamina. Dalam pemulihan UMKM mitra binaan akibat pandemi yang terjadi maka kinerja CSR PT. Pertamina dapat ditinjau dari delapan indikator berupa kepemimpinan, nilai bantuan, keterbukaan dan tanggungjawab, tinjauan wilayah, sistem perencanaan dan evaluasi, pengikutsertaan *stakeholder*, kesinambungan dan hasil nyata.

Untuk perbedaan terdapat pada objek yang diteliti adalah PT. Pertamina serta fokus meneliti mengenai UMKM mitra binaan perusahaan tersebut. Persamaan pada

penelitian ini adalah meneliti strategi *Community Development* pada sebuah perusahaan.

*Kelima*, penelitian dengan judul “*Corporate Social Responsibility and Community Empowerment Program for MSMEs and Informal Sectors Affected by the Covid-19 Pandemic*”. Penelitian ini dilakukan oleh Aldilla Adam Kurniawan (2020), *International Journal of Innovation Review*, Universitas Airlangga. Penelitian ini dijalankan dengan maksud untuk memahami akibat dari pandemi Covid-19 terhadap perekonomian negara dan menganalisis program-program pemberdayaan masyarakat menjadi solusi penanggulangan kemiskinan dan pengangguran yang terjadi akibat pandemi. Penelitian yang dijalankan menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode deskripsi dan menggunakan studi pustaka untuk mencari data yang valid.

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa di masa pandemi sektor informal seperti pedagang asongan, tukang becak, ojek online, serta UMKM yang ada kurang diberdayakan oleh Pemerintah Indonesia guna menjadi alternatif dalam mengurangi kemiskinan dan pengangguran. Dengan adanya aktivitas CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan menggunakan *Triple Bottom Line* maka dapat menjadi alternatif bagi para pekerja sektor informal dan UMKM untuk diberdayakan dan diberikan program kegiatan sehingga perekonomian sektor informal dan UMKM yang terdampak dapat membaik kembali dan dapat membantu pemerintah dalam menanggulangi akibat yang terjadi di kala pandemi seperti kemiskinan dan pengangguran.

Untuk perbedaannya yaitu pada penelitian ini objek yang diteliti adalah Pemerintah dan membahas mengenai peran pemerintah dalam mengatasi masalah kemiskinan serta pengangguran yang diakibatkan oleh pandemi. Persamaan pada penelitian ini adalah pada konsep perusahaan dalam melakukan pemberdayaan masyarakat.

Penelitian-penelitian yang sudah ada tersebut menjelaskan mengenai penerapan *Community Development* selaku tanggung jawab sosial perusahaan akan penduduk sekitar dengan tujuan membuat kehidupan mereka menjadi lebih sejahtera, dimana dalam penelitian-penelitian yang dilakukan tersebut terdapat objek penelitian pada perusahaan yang berbeda dan pada program *Community Development* yang berbeda. Dari seluruh penelitian yang sudah ada dan dilakukan seperti yang sudah dipaparkan di atas, penelitian yang akan dilakukan ini memiliki nilai kebaruan yaitu

pada konsep teori *Community Development* yang berfokus pada program yang berbasis budaya dan lingkungan, serta sebelumnya belum pernah dibahas pada penelitian terdahulu. Dan memfokuskan pada strategi yang digunakan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU dalam menjalankan program *Community Development* pada program Taman Budaya Suralaya.

## **2. Kerangka Teori**

### **1. *Corporate Social Responsibility (CSR)***

#### **a. *Pengertian Corporate Social Responsibility***

Istilah *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada awalnya diperkenalkan pada tahun 1953 dalam tulisan *Responsibility of the Businessman*. CSR di pelopori oleh Howard Rothmann Browen guna menghilangkan kekhawatiran pada dunia bisnis. CSR sendiri merupakan suatu pendekatan perusahaan untuk menyatukan antara kepedulian sosial pada kegiatan bisnis. Dalam CSR dapat diperlihatkan apabila CSR dalam sektor bisnis merupakan sebuah komitmen yang berkelanjutan, yang mana hal tersebut sebagai bentuk personalitas perusahaan yang etis dan berkontribusi untuk kemajuan ekonomi, sekaligus menumbuhkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, dan masyarakat lokal (Wati, 2019:17).

Menurut Poerwanto (2010:19) *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan sebuah tanggung jawab perusahaan pada masyarakatnya dan menitikberatkan apabila perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan. Serta CSR dapat diartikan sebagai sebuah peraturan dan langkah perusahaan dalam menjalankan hubungan dengan lingkungannya yang didasari oleh etika.

Definisi lainnya dikemukakan oleh Sufyati (2016:30) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan tindakan sosial perusahaan yang dilakukan untuk membantu segala macam kehidupan yang meliputi kesejahteraan masyarakat, lingkungan, dan ekonomi. Dengan begitu perusahaan akan lebih mengutamakan keberlangsungan bukan hanya profitabilitas, serta CSR yang dilakukan akan memberikan dampak positif pula bagi perusahaan. Secara teoritis inti dari etika bisnis adalah CSR, yang mana sebuah perusahaan harus memiliki kewajiban ekonomis dan resmi kepada para pemegang saham (*Shareholders*), serta kepada pihak berkepentingan lainnya (*Stakeholders*). Hal tersebut merupakan cerminan apabila perusahaan tidak

dapat bergerak, beroperasi, mempertahankan, dan mendapatkan keuntungan tanpa bantuan pihak lainnya.

Dengan adanya CSR memberikan suatu pandangan bahwa perusahaan tidak lagi diarahkan pada tanggung jawab yang berlandaskan pada *single bottom line* pada bentuk ekonomi perusahaan saja. Namun, harus berlandaskan pada *triple bottom line* yang merupakan tanggung jawab perusahaan pada masalah sosial dan lingkungan (Wati, 2019:8). Perkembangan *triple bottom line* tersebut digagas oleh John Elkington pada tahun 1998 mengenai Keuntungan (*Profit*), Lingkungan (*Planet*), dan Manusia (*People*). Dengan adanya hal tersebut, maka CSR dapat digambarkan sebagai suatu kegiatan perusahaan yang dilakukan untuk menyisakan beberapa keuntungan guna kepentingan kepedulian manusia dan lingkungan secara berkesinambungan. Konsep tersebut merupakan lanjutan daripada *Sustainable Development* yang memiliki keterkaitan antara tujuan dan penanggung jawaban terhadap *Shareholder* ataupun *Stakeholder* (Rochmaniah & Sinduwiatmo, 2020:26).

Terdapat dua peranan tanggung jawab sosial menurut *The Jakarta Consulting Group* (Sunyoto et al., 2019), yaitu:

1. Sisi *Internal*: Ditujukan untuk kepentingan *stakeholder*, dan bentuk tanggung jawabnya berupa sebuah daya laba dibarengi dengan adanya pemberdayaan pada karyawan perusahaan.
2. Sisi *Eksternal*: Berkaitan dengan kontribusi perusahaan pada peningkatan kesejahteraan sosial, membuat lapangan pekerjaan, dan pelestarian lingkungan.

#### **b. Manfaat *Corporate Social Responsibility***

Menurut Mardikanto (2014:132-133) dalam implementasi CSR yang dilakukan bukan hanya semata-mata dilaksanakan tanpa arti, namun CSR dapat memberikan beberapa manfaat bagi masyarakat, pemerintah, dan perusahaan. Berikut penjelasan lebih lanjut:

##### **1. Bagi Masyarakat**

Segala kepentingan masyarakat selalu dipikirkan dan dipertimbangkan oleh perusahaan dengan mempertanggungjawabkan segala dampak dari adanya operasional perusahaan terhadap masyarakat, karyawan, pemasok, stakeholders, pemegang saham, pelanggan, dan



lingkungan. Selain itu, peningkatan komunitas dapat terus terwujud pada masyarakat guna adanya keseimbangan antara lingkungan dan alam.

## 2. Bagi Pemerintah

Dengan adanya CSR pemerintah mendapatkan manfaat berupa akan tumbuhnya hubungan baik antara pemerintah dan perusahaan guna menyelesaikan masalah-masalah sosial yang ada. Selain itu, dengan adanya CSR yang diimplementasikan oleh perusahaan maka dapat meringankan kewajiban pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat terutama dalam CSR yang bersifat *Community Development*.

## 3. Bagi Perusahaan

Kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dengan baik maka akan timbul dampak positif bagi perusahaan itu sendiri yaitu berupa citra perusahaan yang meningkat, “*Brand*” yang meningkat, dan membuka lebar-lebar kesempatan bekerjasama dengan berbagai *stakeholder*.

### c. ***Corporate Social Responsibility* berbasis pada *Community Development***

Pengaktualisasian program CSR yang menggunakan pendekatan pemberdayaan masyarakat kini kian banyak dilakukan. Pendekatan tersebut berupaya untuk mengangkat kualitas kehidupan sebuah komunitas. Konsep CSR sangat berhubungan dengan *community development* karena merupakan implementasi yang lebih berharga dibandingkan dengan kegiatan *charity* maupun tujuh dimensi yang lain, salah satunya *community relation*. Dengan dilakukannya penggabungan antara kegiatan CSR dengan *community development* di Indonesia maka manfaat yang didapat lebih maksimal seperti dana *charity* yang berdasar dari perusahaan dapat digunakan bagi sekitar terutama pada masyarakat dan lingkungan (Handiwibowo, 2018:116).

Menurut Suharto (2006), hal tersebut terjadi diakibatkan adanya kerja sama kepentingan antara kedua belah pihak baik perusahaan maupun masyarakat sekitar terkait keikutsertaan, produktivitas, dan berkesinambungan. Metode pengembangan masyarakat (*community development*) merupakan pendekatan atau rencana dalam upaya tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Pada hakikatnya, cara perusahaan memberikan sudut pandang terhadap CSR sangat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan dalam meningkatkan prinsip *Community Development*. Penerapan konsep CSR yang berbasis pada *Community Development* yang berkesinambungan sudah membentuk konsep

aktivitas CSR yang berkembang pada tahun 1990 hingga sekarang. Lebih lanjut dijelaskan oleh Zubaedi (2013:4) menumbuhkan konsep CSR yang berganti dari konsep tradisional menjadi program yang memfokuskan adanya keikutsertaan masyarakat atau *Community Development* yang seringkali diterapkan pada beragam kegiatan, yaitu:

1. Pada kegiatan peningkatan yang nantinya memungkinkan para penduduk untuk mendapatkan dukungan yang akan mencukupi kebutuhannya.
2. Kampanye dan aksi sosial yang nantinya memungkinkan keperluan masyarakat yang tidak berdaya dapat ditopang oleh pihak berwajib. Aktivitas yang berbasis pada *community development* memusatkan pada tindakan, dan hasil dimana keputusan yang diambil dan pengembangan program yang dilakukan dapat menghasilkan sesuatu yang lebih unggul.

## **2. *Community Development***

### **a. Pengertian *Community Development***

*Community Development* merupakan sebuah usaha pemberdayaan dari perusahaan, pemerintah, dan masyarakat lokal itu sendiri yang memiliki tujuan nantinya masyarakat dapat menciptakan keputusan, tumbuhnya inisiatif, dan menjadi masyarakat yang mandiri. Serta masyarakat lebih mandiri dan berkapasitas dalam mencakup berbagai macam aspek mulai dari ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup (Rochmaniah & Sinduwiatmo, 2020:108).

*Community Development* memiliki dua pengertian terpisah antara *community* dan *development*. *Community* memiliki arti sebagai jenjang kekerabatan pada masyarakat, dan *Development* yang berarti perubahan menuju pada peningkatan yang dibuat dan dikerjakan dengan bertahap. Perubahannya biasanya terjadi secara natural yang berasal dari masyarakat itu sendiri, dengan begitu maka dapat membuat masyarakat menjadi lebih kreatif dalam meningkatkan kualitas hidup dan lebih mandiri dari sebelumnya (Rochmaniah & Sinduwiatmo, 2020:106-107).

Definisi lainnya menurut Zubaedi (2013:4) *Community Development* merupakan usaha dalam meningkatkan keadaan penduduk dengan berkesinambungan dan andal berdasarkan prinsip-prinsip kesepadan sosial dan saling menghormati.

Sementara itu, Iriantara (2007:173) mendefinisikan *Community Development* pada hakikatnya merupakan usaha pemberdayaan masyarakat dengan keahlian

serta daya yang ada pada masyarakat dan masyarakat merupakan peserta yang juga akan mendapatkan manfaat. Makna *Community* atau komunitas dalam *Community Development* yakni merupakan segmen dari *stakeholder* yang secara hakiki memang dinantikan untuk membantu dan memberi dukungan bagi keberlangsungan perusahaan. Maka hal tersebut menekankan bahwa tujuan utama *Community Development* adalah memberdayakan masyarakat dengan memberikan bekal guna memperbesar kesempatan masyarakat dalam menggapai keadaan sosial, ekonomi, dan mutu hidup yang lebih baik dengan prinsip partisipasi sosial dan sumber-sumber yang terdapat pada diri mereka.

Lebih lanjut, menurut Rochmaniah & Sinduwiatmo (2020:108) program *Community Development* memiliki beberapa tujuan, yaitu:

1. Menumbuhkan rasa kepercayaan diri
2. Menumbuhkan rasa bangga dan semangat kerja
3. Menumbuhkan upaya untuk membangun
4. Menumbuhkan kesejahteraan masyarakat

Meningkatnya konsep *community development* yang berdasarkan asas-asas pemberdayaan, keikutsertaan, dan independensi pada penduduk tidak lepas berdasarkan keadaan nyata dan keperluan penduduk Indonesia. Disamping dari minimnya pemahaman akan konsep *community development* itu sendiri, tidak dapat disangkal apabila *community development* menjadi suatu cara yang cocok dalam menanggapi isu dan masalah sosial di Indonesia saat masa kini dan nanti (Suharto, 2006). Selaku pihak yang dinantikan keikutsertaannya dalam berperan dalam pemecahan masalah sosial para penduduk, lembaga usaha memiliki kedudukan yang strategis dengan segala kemampuan serta sumber yang dimilikinya.

#### **b. Strategi *Community Development***

*Community Development* pada dasarnya adalah sebuah komponen dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang paling berharga dalam menjaga jalinan dengan penduduk sekitar dan berkesinambungan. Dengan menggunakan metode *Community Development*, maka perusahaan dan masyarakat wajib mengetahui dan memahami kepentingannya sendiri-sendiri guna mempererat hubungan yang positif dan hal tersebut memberikan pengaruh pada penetapan *strategic planning* dari perusahaan nantinya, baik strategi mengenai

pemeliharaan lingkungan hidup, strategi pada penyerapan tenaga kerja lokal maupun saat menetapkan para penyuplai lokal (Charolinda, 2006:91).

Definisi dari strategi sendiri menurut Daft (dalam Nissak, 2013) yang memaparkan secara jelas apabila strategi merupakan sebuah rencana dari aksi yang menjelaskan mengenai alokasi sumber daya, serta berbagai kegiatan untuk menghadapi lingkungan, menggapai keunggulan bersaing, dan memperoleh tujuan perusahaan.

Mardikanto & Soebianto (2015:172) menafsirkan apabila apapun strategi dalam pemberdayaan masyarakat yang ingin dilakukan, tetap harus mengamati beberapa upaya. Yaitu:

1. Meningkatkan kewajiban guna meraih dukungan, kebijakan, sosial dan finansial dari beberapa pihak terikat.
2. Membangun penduduk yang berdaya.
3. Memenuhi kelengkapan sarana dan prasarana pekerjaan para penyedia.
4. Mengatur dan memanfaatkan kemampuan sumber daya pada penduduk.

*Community Development* harus dipandang menjadi sebuah aktivitas yang membaaur dengan prinsip perusahaan dan merupakan sebuah niat positif perusahaan agar dapat berkembang dengan penduduk sekitar. Kegiatan *Community Development* difokuskan pada membantu penduduk yang memiliki keinginan akan bekerja dalam grup, memahami kebutuhannya dan melaksanakan kegiatan bersama guna memenuhi kebutuhan mereka. Jim Ife dan Frank Tesoriero (2008) mengemukakan apabila keikutsertaan penduduk menjadi konsep pada *Community Development* dan menjadi suatu konsep utama serta prinsip pokok dari *Community Development*. Pengembangan keikutsertaan penduduk merupakan sebuah gambaran pemberdayaan masyarakat yang bertujuan akan tercapainya pencapaian hasil aktualisasi yang dilakukan oleh penduduk (Ife & Tesoriero, 2008:294).

Lebih lanjut dijelaskan oleh Suharto (2006:102) terdapat lima tahapan pada strategi pemberdayaan masyarakat atau *Community Development*, yaitu:

1. Pemungkinan, menumbuhkan suasana yang memungkinkan berkembangnya potensi masyarakat secara optimal. Pemberdayaan harus dapat membebaskan masyarakat dari hal kultural maupun struktural yang menghambat.

2. Penguatan, diperkuatnya pengetahuan dan kemampuan masyarakat dalam menyelesaikan masalah dan melengkapi kebutuhannya. Pemberdayaan harus dapat meningkatkan kemampuan, kepercayaan diri, dan kemandirian masyarakat.
3. Perlindungan, melindungi kelompok masyarakat yang lemah agar terhindarnya persaingan tidak seimbang antara yang kuat dan lemah serta mencegah terjadinya eksploitasi kelompok. Pemberdayaan dapat difokuskan pada pembasmian diskriminasi dan dominasi yang dapat merugikan masyarakat kecil.
4. Penyokongan, adanya bimbingan dan dorongan untuk masyarakat dalam menjalankan tugas di kehidupannya. Pemberdayaan harus dapat mendorong masyarakat untuk tidak menjadi semakin terpinggirkan.
5. Pemeliharaan, memelihara kondisi yang kontributif agar seimbangya distribusi kekuasaan kelompok dalam masyarakat. Pemberdayaan harus dapat menjamin keharmonisan dan keseimbangan masyarakat dalam memperoleh kesempatan berusaha.

Selain itu, dijelaskan pula oleh Rudito dan Budimanta (2003:32) (Dalam Achmad W, 2022:34) bahwasanya program-program *Community Development* memiliki kemampuan dalam menumbuhkan mutu usaha pada perusahaan. Mutu usaha tersebut dapat optimal apabila perusahaan merancang strategi *Community Development* melalui:

1. Pendefinisian sasaran.

Pendapatan usaha potensial yang bersumber dari *community development* harus mampu diidentifikasi oleh perusahaan sehingga dapat membantu dalam membuat dasar dalam menyiapkan maksud dan target perusahaan.

2. Memahami harapan komuniti dan stakeholder.

Menyadari apabila masyarakat menyimpan keinginan yang berlainan dengan pemangku kepentingan sehingga mampu menyokong dalam memprediksi serta menganalisis terjadinya konflik dan tujuan lainnya secara menyeluruh. Menciptakan program dari tujuan umum masyarakat mampu menolong perusahaan serta masyarakat dalam mengembangkan keberdayaan, menumbuhkan keyakinan, keterbukaan dan mendeskripsikan maksud dan target secara serempak.

3. Menciptakan kerjasama guna mempromosikan *Community Development* menjadi unit usaha.

*Community development* dapat menghasilkan keuntungan dan diberikannya sokongan dari perusahaan apabila *community development* mengikutsertakan para pemangku kepentingan ke dalam perusahaan. Seperti *senior manager*, karyawan bagian lingkungan, bagian operasi, bagian sumber daya manusia, bagian *Public Relations* dan organisasi karyawan yang mana seluruhnya mampu memberikan manfaat pada program *community development* yang kokoh.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Tentu saja terdapat metode atau pendekatan yang di implementasikan pada penelitian dalam mengatasi masalah yang terlibat dalam penelitian. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif, karena berfokus terhadap kedalaman data atau kualitas yang diteliti. Pendekatan deskriptif digunakan pada penelitian ini yang nantinya akan mengamati kemudian mendeskripsikan peristiwa maupun sebuah kondisi sosial khusus (Morissan, 2019:28). Metode kualitatif dapat digunakan untuk memaparkan, menjelaskan, dan mengukur suatu fenomena. Dan dalam penelitian kualitatif, hasil berfokus pada makna daripada generalisasi. Karakteristik dalam penelitian kualitatif adalah dilakukannya penelitian secara mendalam atau intensif, peneliti ikut turun ke lapangan, mencatat segala detail yang terjadi di lapangan, melakukan analisis reflektif pada dokumen yang didapati dan menyusun laporan penelitian dengan rinci (Sugiyono, 2017:8-9).

### **2. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini diperkirakan akan berlangsung dalam jangka waktu 5 bulan. Lokasi penelitian adalah PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU yang beralamat di Jl. Raya PLTU Suralaya, Kec Pulo Merak, Kota Cilegon, Banten.

### **3. Narasumber / Informan Penelitian**

Informan adalah seseorang yang mampu membagikan dan menjelaskan informasi terkait masalah atau fenomena yang sedang diteliti serta dapat menjadi informan sewaktu penelitian berlangsung. Pada penelitian ini, untuk memperoleh data yang menunjang sebagai tujuan dari penelitian yang dilakukan maka peneliti memakai informan penelitian. Pada penelitian ini, informan akan dipilih memakai teknik *Purposive Sample* atau sampel terpilih dengan kriteria atau ciri yang telah

ditentukan dan dipilih menurut wawasan dan pengetahuan yang dimiliki dan menyampingkan yang tidak memenuhi kriteria yang telah ditentukan (Morissan, 2019:241). Informan utama pada penelitian ini adalah Pihak Managerial PT. Indonesia Power Suralaya PGU, Staf divisi *Community Development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU, dan Masyarakat Binaan program *community development*.

#### **4. Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi. Lebih lanjut penjelasan dari masing-masing metode sebagai berikut:

##### **1. Data Primer**

###### **a. Wawancara**

Wawancara merupakan proses bertukar informasi yang dilaksanakan oleh lebih dari satu orang. Satu orang memiliki peran menjadi orang yang membagikan pertanyaan dan orang lainnya menjawab pertanyaan yang diberikan. Dan wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mengumpulkan data. Melalui wawancara, pengumpulan data dan informasi diperoleh langsung dari sumbernya. Wawancara dapat dibedakan menjadi 3 jenis berdasarkan formalitas struktur yaitu *standardized interview*, *semi standardized interview* dan *unstandardized interview* (Manzilati, 2017:70-71). Dari jenis-jenis wawancara tersebut, penelitian ini menggunakan jenis wawancara *semi standardized interview* dengan terlebih dahulu menyiapkan beberapa daftar pertanyaan tertulis namun tetap dapat melakukan penyesuaian pertanyaan selama proses wawancara berlangsung.

###### **b. Observasi**

Observasi merupakan sebuah metode pengumpulan data kualitatif yang memiliki tujuan guna mempelajari, mengamati dan berinteraksi tatap muka dengan orang-orang pada lingkungan tersebut (Manzilati, 2017:93). Observasi dapat memberikan data dengan hasil lebih jelas mengenai benda, perilaku, ataupun kejadian dibandingkan dengan metode wawancara. Teknik observasi non partisipan digunakan dalam penelitian ini guna mengumpulkan data penelitian, kegiatan observasi selanjutnya mengumpulkan data tanpa harus terlibat atau menjadi komponen lingkungan objek penelitian. Sehingga posisi peneliti adalah sebagai pengamat yang hanya meninjau tanpa turun langsung ke

lapangan ataupun terlibat dalam keseharian individu yang menjadi sumber data utama studi.

## **2. Data Sekunder**

### **a. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah catatan peristiwa masa lalu. Dapat mencakup teks, gambar, dan karya monumental. Penelitian dokumenter menjadi salah satu pelengkap metode pengumpulan data sebelumnya dalam penelitian yakni observasi dan wawancara. Dimana, dengan adanya dokumentasi dan didukung dengan rekam jejak yang dilakukan selama penelitian maka hasil penelitian dari observasi dan wawancara menjadi lebih kredibel dan meyakinkan (Sugiyono, 2017:124-125). Hal ini dapat memberikan peneliti kesempatan untuk menemukan apa yang terjadi kemudian, tidak hanya dalam ruang dan waktu serta dapat melihat arsip-arsip maupun laporan-laporan yang tersimpan.

## **5. Analisis Data**

Analisis data penting dalam penelitian kualitatif karena dianggap menjadi alasan utama dalam penelitian, baik atau tidaknya mutu di suatu riset. Terlebih dalam analisis dijadikan karakteristik suatu metode kualitatif yang patut dilaksanakan dari awal hingga berakhirnya proses penelitian. Analisis data model yang dipakai oleh peneliti guna menganalisis data pada penelitian ini merupakan model analisis data Miles dan Huberman (Morissan, 2019), yakni:

### **a. Reduksi Data**

Setelah data yang diperoleh dari lapangan terkumpul dalam rentang yang sangat luas, kompleks dan beragam, maka diperlukannya analisis data dengan reduksi data. Reduksi data merupakan aktivitas penyortiran data, apakah penting atau tidak, memfokuskan pada data yang lebih spesifik, merangkum, menyederhanakan, dan transformasi data yang ada pada catatan tertulis maupun transkrip pada penelitian (Morissan, 2019:19). Dalam reduksi data juga terdapat proses mengkategorikan antara data primer dan sekunder.

### **b. Penyajian Data**

Sesudah data melewati proses reduksi, maka berikutnya adalah menyajikan data. Menyajikan data / mendisplay data dapat berupa matrik, pola jaringan, grafik, bagan atau berisi kalimat kesimpulan yang bersifat sementara. Penyajian data dilakukan sebagai penyedia kumpulan informasi yang telah dirangkum dan memungkinkan dalam penarikan kesimpulan data (Morissan, 2019:20). Pada



penelitian kualitatif, data yang ditampilkan dapat berbentuk uraian singkat, hubungan antar bagian, dan bagan. Menyajikan data dalam bentuk teks naratif merupakan salah satu hal terpenting dalam penelitian kualitatif.

**c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi**

Dapat disimpulkan bahwa setelah data diturunkan dan ditampilkan, dimungkinkan untuk menarik kesimpulan tahap pertama. Kesimpulan yang disajikan dapat dievaluasi sebagai kesimpulan yang menarik dan dapat diuji, dimulai dengan kesimpulan yang dikumpulkan lebih awal dan ditunjang bukti yang absah dan konstan ketika peneliti kembali ke tempat pengumpulan data, lalu kesimpulan data yang disampaikan tersebut dapat dinilai sebagai kesimpulan yang meyakinkan dan dapat diverifikasi. Penarikan kesimpulan melingkupi kegiatan mengontrol ulang hasil dari analisis data serta menilai implikasi pada makna yang ada pada pertanyaan penelitian. Maka penarikan kesimpulan adalah proses dalam memberikan makna pada data, mengkonfirmasi ketepatan makna yang diberikan, dan memverifikasi kembali data dengan memeriksa kesesuaian makna data yang diberikan (Morissan, 2019:21).

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

#### **A. Sejarah PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU**

Ketika tahun 1973 terjadi krisis energi yang menimpa dunia sehingga menyebabkan terjadinya embargo minyak oleh beberapa negara Arab terhadap Amerika Serikat dan negara-negara industri lainnya. Kemudian diputuskannya oleh OPEC (Organisasi negara-negara pengekspor minyak) untuk menaikkan harga BBM sebesar lima kali lipat. Hal tersebut menyebabkan pemerintah mengalihkan BBM menjadi bahan bakar batubara sebagai salah satu upaya mencari sumber energi selain BBM. Sejalan dengan itu, untuk memenuhi permintaan kebutuhan tenaga listrik di pulau Jawa sesuai dengan kebijaksanaan pemerintah dan juga untuk menumbuhkan pemanfaatan sumber energi primer serta diversifikasi sumber energi primer guna pembangkitan tenaga listrik. Dengan begitu maka PLTU Suralaya diciptakan dengan menggunakan bahan bakar utama batubara yang merupakan sumber energi primer selain energi minyak bumi, panas bumi, dan air.

Diciptakannya PT. Indonesia Power pada awalnya dimulai di tahun 1990-an dimana pemerintah Indonesia mempertimbangkan adanya deregulasi di sektor kelistrikan. PT. Indonesia Power sendiri merupakan salah satu anak perusahaan PT. PLN (persero) yang sebelumnya adalah PLN Pembangkit Tenaga Listrik Jawa Bali (PJB I). Kemudian, sebagai langkah awal di tahun 1994 status PLN diubah dari perum menjadi persero. Setahun kemudian pada 3 Oktober 1995, untuk memisahkan antara misi sosial dan misi komersial dari BUMN, maka PLN (Persero) menciptakan 2 anak perusahaan yaitu PT. Pembangkitan Tenaga Listrik Jawa-Bali yang berpusat di Suralaya dan PT. Indonesia Power yang berpusat di Jakarta. (Dokumen PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU).

Dengan berjalannya PLTU Suralaya diharapkan dapat menambah kapasitas dan keandalan tenaga listrik di pulau Jawa-Bali yang tersambung pada sistem interkoneksi. PLTU Suralaya juga diciptakan sebagai program pemerintah untuk penganekaragaman sumber energi primer sebagai pembangkit listrik yang dapat menghemat BBM, pemberi lapangan pekerjaan, pengembangan wilayah sekitar, meningkatkan produksi dalam negeri, dan menumbuhkan kemampuan masyarakat Indonesia dalam menerima teknologi yang sudah maju. Terdapat tiga proses berdirinya PLTU Suralaya, yaitu:

1. Menciptakan Unit 1 dan Unit 2 yang berkapasitas 400 MW. Pembangunannya dilakukan pada Mei tahun 1980 hingga Juni tahun 1985 dan sudah beroperasi

sejak tahun 1984, tepatnya Unit 1 pada 4 April tahun 1984 dan Unit 2 pada 26 Maret tahun 1985.

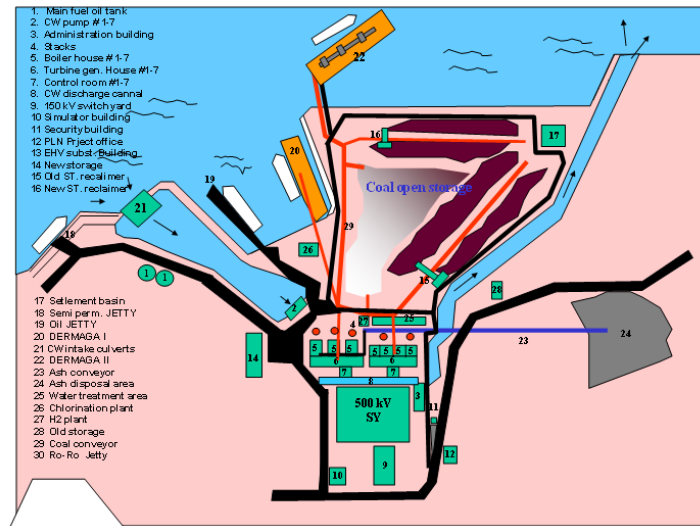
2. Menciptakan Unit 3 dan Unit 4 yang berkapasitas 400 MW. Pembangunannya dilakukan pada Juni tahun 1985 hingga Desember tahun 1986 yang mana pada Unit 3 sudah beroperasi sejak 6 Februari tahun 1989 dan Unit 4 pada 6 November tahun 1989.
3. Menciptakan Unit 5, Unit 6 dan Unit 7 yang berkapasitas 600 MW. Pembangunannya dilakukan sejak Januari tahun 1993 yang mana pada Unit 5 beroperasi pada Oktober tahun 1996, pada Unit 6 di bulan April tahun 1997, dan pada Unit 7 di bulan Oktober tahun 1997.

Secara keseluruhan pada pembangunannya dibangun oleh PLN Proyek Induk Pembangkit Thermal Jawa Barat dan Jakarta Raya, pada Unit 1-4 menggunakan konsultan asing yaitu *Montreal Engineering Company* (Monenco) Canada dan pada Unit 5-7 dengan *Black & Veatch International* (BVI) Amerika Serikat. Selain itu, pada pembangunan PLTU Suralaya juga menggunakan beberapa kontraktor asing dan lokal. (Dokumen PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU)

## **B. Lokasi dan *Layout* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU**

PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU berlokasi di Jl. Raya PLTU Suralaya, Kec Pulomerak, Kota Cilegon, Banten atau 20 km pada arah barat dari Jakarta ke Pelabuhan Ferry Merak dan 7 km ke arah utara dari pelabuhan Merak. PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memiliki luas area sekitar 254 ha yang terdiri dari Gedung sentral seluas 30 ha, *Ash Valley* seluas 8 ha, *Coal yard* seluas 20 ha, Tempat penyimpanan alat-alat berat seluas 2 ha, *Switch yard* seluas 6,3 ha, dan Gedung kantor seluas 0,3 ha. (Dokumen PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU).

Untuk lebih lengkapnya, berikut *Layout* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU:



**Gambar 2.1** Layout PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU

(Sumber: <http://www.suralaya.com/layout.html>, diakses pada 5 Januari 2023)

### C. Makna Logo PT. Indonesia Power

Pada logo PT. Indonesia Power merepresentasikan identitasnya sebagai *Power Utility Company* terbesar di Indonesia. Berikut logo PT. Indonesia Power:



**Gambar 2.2** Logo PT. Indonesia Power

(Sumber: Dokumen PT. Indonesia Power)

#### 1. Makna Bentuk Logo PT. Indonesia Power

- a. Pada kata INDONESIA dan POWER dasar jenis huruf yang digunakan yakni *book/reguler* dan *futura bold* yang merupakan *font* yang kuat dan tegas.
- b. Pada huruf “O” terdapat bentuk kilatan petir yang diartikan sebagai “Tenaga Listrik” yang merupakan bidang utama dari perusahaan.
- c. Bentuk titik atau bulatan merah pada ujung kilatan petir telah digunakan sejak PT. Indonesia Power masih bernama PT. PLN PJB 1 dengan harapan dapat langsung mewakili identitas perusahaan. Bentuk titik tersebut adalah simbol yang dipakai pada sebagian besar materi komunikasi perusahaan.

2. Makna Warna pada Logo PT. Indonesia Power
  - a. Warna merah pada kata INDONESIA merepresentasikan identitas perusahaan pengelola sumber daya ini sebagai perusahaan yang kokoh dan kuat dalam memproduksi tenaga listrik yang dapat dirasakan di Indonesia serta luar negeri.
  - b. Warna biru pada kata POWER merepresentasikan sifat cerdas dan bijaksana. Dengan diaplikasikannya warna biru pada kata POWER tersebut tertuju pula ciri-ciri pada produk tenaga listrik yang diwujudkan oleh perusahaan yakni berteknologi tinggi, efisien, aman, dan ramah lingkungan.

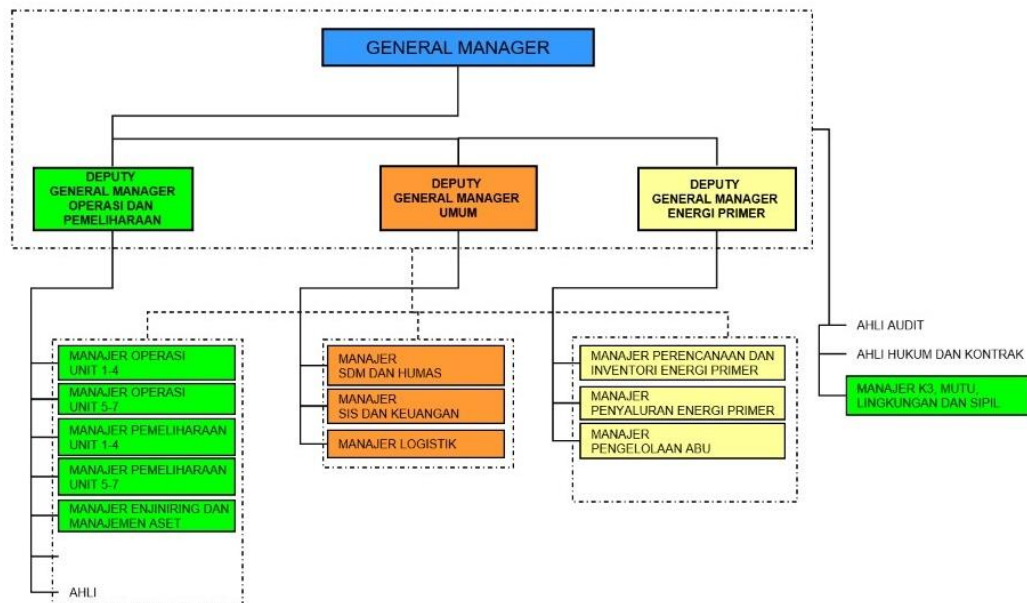
#### **D. Visi, Misi, Motto, Kompetensi Inti, dan Tujuan PT. Indonesia Power**

- a. Visi  
“Menjadi Perusahaan Energi Terbaik yang Tumbuh Berkelanjutan”
- b. Misi  
“Menyediakan Solusi Energi yang Andal, Inovatif, Ramah Lingkungan dan Melampaui Harapan Pelanggan”
- c. Motto  
“*Energy Of Things*”
- d. Kompetensi Inti  
Operasi & Pemeliharaan Pembangkit Pengembangan Bisnis Solusi Energi
- e. Tujuan

Menjadi salah satu perusahaan pembangkit listrik terbesar di Indonesia serta untuk mengikuti masa persaingan global maka PT. Indonesia Power memiliki visi yaitu menjadi perusahaan energi terpercaya yang tumbuh berkelanjutan. Untuk mewujudkan visi tersebut maka PT. Indonesia Power melakukan usaha dalam bidang ketenagalistrikan dan mengembangkan usaha-usaha lainnya yang berkaitan guna menciptakan langkah-langkah maju lainnya dengan berdasarkan asas industri dan niaga sehat dengan tujuan untuk memastikan keberadaan dan pengembangan perusahaan dalam waktu jangka yang panjang. Dengan tujuan pengembangan usaha penyokong pada bidang pembangkit listrik maka PT. Indonesia Power menciptakan dua anak perusahaan yaitu PT. Cogindo Daya Bersama yang bergerak pada jasa pelayanan dan manajemen energi, dan PT. Artha Daya Coalindo yang bergerak pada bidang penjualan batubara dan bahan bakar lainnya.

## E. Struktur Organisasi PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU

Struktur organisasi merupakan hal yang paling dibutuhkan dalam sebuah perusahaan, terutama pada perusahaan yang besar maka akan semakin kompleks struktur organisasinya. Struktur organisasi pada PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU secara struktural pada posisi paling teratas pimpinannya dipegang oleh *General Manager* yang dibantu oleh *Deputy General Manager* dan *Manager Bidang*. Secara lebih lengkap, struktur organisasi PT Indonesia Power Suralaya PGU terdapat pada gambar dibawah.



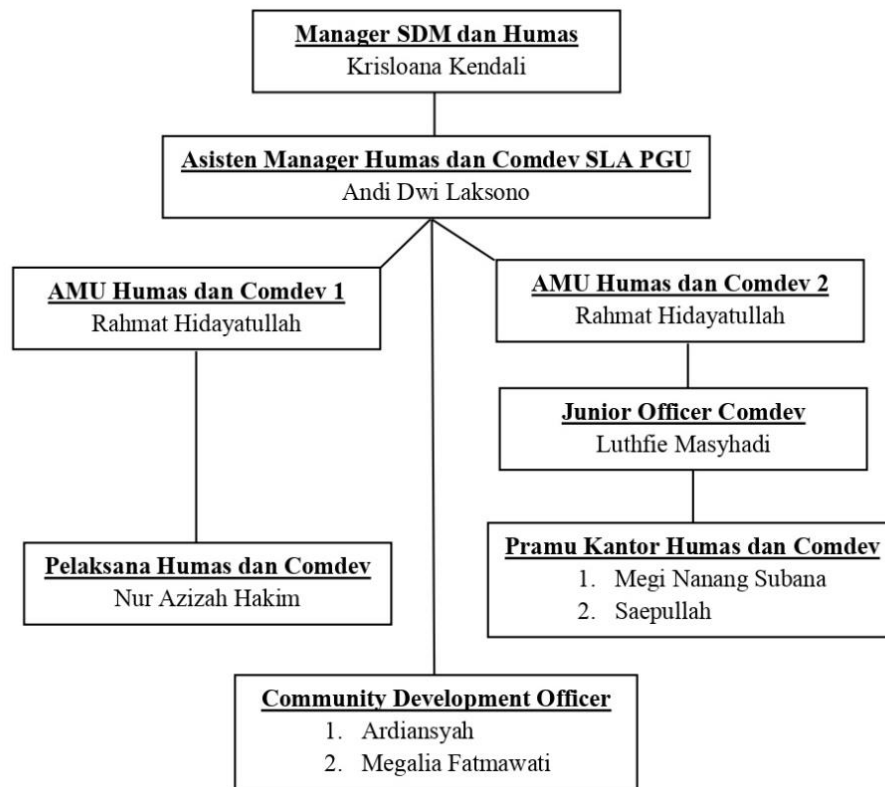
**Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU**

(Sumber: Dokumen Perusahaan)

## F. Struktur Divisi Humas dan *Community Development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU

### a. Struktur Divisi Humas dan *Community Development*

Pada Divisi Humas dan *Community Development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memiliki susunan struktur tersendiri untuk menunjukkan tugas dan fungsi dari masing-masing individu sesuai dengan jabatan yang dimiliki. Berikut merupakan struktur Divisi Humas dan *Community Development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU:



**Gambar 2.4 Struktur Divisi Humas dan *Community Development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU**

(Sumber: Dokumen Perusahaan Tahun 2023)

b. Tugas dan fungsi Divisi Humas dan *Community Development*

Divisi Humas dan *Community Development* pada PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memiliki tugas dan fungsi untuk mengontrol serta mengelola tata kelola sekretariat termasuk pada penyusunan rencana kerja dan anggaran (RKA) dalam bidangnya. Hal tersebut juga meliputi mengenai pelayanan pengajuan proposal mulai dari pelajar maupun masyarakat, kehumasan, surat menyurat, arsip, dan program-program *Community Development*. Disamping itu masih terdapat tugas dan fungsi lainnya yang menjadi tanggung jawab Divisi Humas dan *Community Development*, yakni:

1. Komunikasi dan penerimaan tamu terkelola dengan baik
2. Memastikan usulan Rencana Kerja dan Anggaran bidang kehumasan selalu tersedia
3. Berjalannya persediaan sarana *Community Development*
4. Menciptakan daftar program *Community Development*
5. Mengontrol program kerja *Community Development*
6. Mengawasi proses pelaksanaan *Community Development*

7. Bekerjasama dengan pihak luar dan dalam mengenai Program *Community Development*
  8. Mencari atau menerima program-program desa untuk Program *Community Development*
- c. Arah kebijakan *Corporate Social Responsibility (CSR) / Community Development (CD)* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU

Seluruh aktivitas *Corporate Social Responsibility (CSR) / Community Development (CD)* yang dilaksanakan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU mengarah pada SK 26.K/010/IP/2014 mengenai Pedoman Pelaksanaan INPOWER-CARE di Lingkungan PT. Indonesia Power dan SK 56.K/010/IP/2019 mengenai Pengelolaan Program Unggulan *Community Development* di Lingkungan PT. Indonesia Power. Hal tersebut dilakukan sebagai implementasi dari Visi dan Misi perusahaan yakni berbaur dengan lingkungan dan pemberdayaan masyarakat, serta sebagai implementasi tanggung jawab sosial perusahaan yang mana merupakan bagian dari tata laksana perusahaan yang baik guna menggapai filosofi pembangunan berkelanjutan. (Dokumen PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU).

Setiap program *Community Development* yang dilakukan PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memiliki asas pemikiran pada meninjau kepentingan perusahaan dan kebutuhan masyarakat sekitar perusahaan. Tujuan dari diselenggarakannya setiap program *Community Development* difokuskan untuk menumbuhkan kondisi ekonomi, sosial, dan budaya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan, dan sebagai komunikasi yang primer bagi kepentingan perusahaan. Penyelenggaraan program *Community Development* diutamakan pada program yang menyokong *sustainable* perusahaan, pelestarian dan sistematisasi lingkungan hidup sebagai cerminan perusahaan yang ramah lingkungan. Penjabaran lebih jelasnya, yakni:

1. Pelayanan masyarakat, seperti memberikan dukungan pada kegiatan pembangunan infrastruktur baik sarana maupun prasarana (*Infrastructure Program*), bantuan kesehatan, dan bantuan pendidikan bagi masyarakat wilayah sekitar PT Indonesia Power Suralaya PGU.
2. Pembinaan hubungan, merupakan implementasi kegiatan komunikasi dengan para pemangku kepentingan dan bersifat cuma-cuma (*Charity Program*), contohnya partisipasi PHBI/PHBN, kegiatan penduduk sekitar dan komunikasi dengan para pemangku kepentingan terkait lainnya.



3. Pemberdayaan Masyarakat (*Empowerment Program*), merupakan program penyokong kemandirian guna berkembangnya kemampuan usaha masyarakat dengan adanya pemberian modal usaha dan peningkatan keterampilan (*Capacity Building*) mitra binaan, serta perluasan program unggulan *Community Development*.

Program-program *Community Development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU tersebut dilakukan pada dua kecamatan yaitu pada Kecamatan Pulomerak dan Pulo ampel. Yang meliputi Kelurahan Suralaya dan Lebakgede, dan Desa Salira. Yang kemudian ditandai sebagai Ring 1 wilayah binaan yang merupakan wilayah prioritas penyelenggaraan program *Community Development* dan pada program unggulan yang fokus pada kemandirian ekonomi masyarakatnya. Selanjutnya, ditandai sebagai Ring 2 dan atau 3 sebagai wilayah khusus penyelenggaraan program unggulan *Community Development* yang berfokus pada disabilitas, kesehatan, dan permasalahan sosial. (Dokumen PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU).

Program Taman Budaya Suralaya termasuk pada daerah Ring 1 yang berada pada daerah suralaya yang berdekatan dengan operasional PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU sehingga menjadi daerah prioritas penyelenggaraan *community development* yang mengutamakan pada kemandirian dan peningkatan ekonomi masyarakat, serta pada pelestarian budaya bandrong khas kota cilegon.

### **BAB III**

#### **TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

##### **A. Temuan Masalah Penelitian**

Pada BAB ini peneliti akan menjabarkan mengenai hasil temuan data dan informasi penelitian. Yang mana sudah dilakukan melalui observasi, dokumentasi dan wawancara dengan narasumber yang bersangkutan terkait dengan penelitian yang berjudul “Strategi *Community Development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU pada Program Taman Budaya Suralaya”. Penjabaran temuan penelitian yang ditulis seperti informasi dan data, telah dipilih berdasarkan dengan kesesuaian dan keperluan data yang terdapat pada kerangka peneliti.

Pengumpulan data dan informasi melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap pihak perusahaan dan masyarakat binaan program Taman Budaya Suralaya seluruhnya dilakukan dengan interaksi tatap muka. Hasil temuan dari penelitian yang telah dilakukan dengan informan, peneliti mendapatkan data-data mengenai strategi *Community Development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU pada Program Taman Budaya Suralaya. Dalam mengumpulkan data dan informasi, peneliti melakukan wawancara dengan narasumber berikut ini, yaitu:

<b>Narasumber</b>	<b>Jabatan</b>
Andi Dwi Laksono	<i>Asisten Manager</i> Humas dan <i>Comdev</i> PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU
Luthfie Masyhadi	<i>Junior Officer Comdev</i> PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU
Fatimah	Masyarakat Binaan Taman Budaya Suralaya

**Tabel 3.1 Data Narasumber**

(Sumber: Dokumen Pribadi)

##### **1. Latar Belakang Program Taman Budaya Suralaya**

Dari wawancara yang telah dilakukan, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU menerapkan beberapa tahapan sebelum membuat sebuah program. Hal pertama yang dilakukan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU sebelum membuat sebuah program yaitu perusahaan tersebut menerapkan langkah awal dengan membuat *social mapping*. Pemilihan langkah awal tersebut dilihat dari permasalahan yang ada di lingkungan, kondisi geografis, sosial, dan budaya. Selain melalui *social mapping*, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU menciptakan pula sebuah

*Roadmap* sebagai arahan untuk perkembangan kegiatan program kedepannya. Berikut *roadmap* yang telah disusun pada program Taman Budaya Suralaya:

<b>Tahun</b>	<b>Tahapan</b>	<b>Kegiatan</b>
2018	Perintisan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembuatan taman Kehati</li> <li>2. Penghijauan Ecopark</li> <li>3. Edukasi lingkungan terhadap generasi muda</li> <li>4. Sosialisasi pengelolaan sampah</li> <li>5. Pengadaan tempat sampah di area Ecopark Suralaya</li> </ol>
2019	Penguatan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mapping kelompok Kesenian</li> <li>2. FGD pembentukan kelompok UMKM</li> <li>3. Penyediaan sarana dan prasarana kelompok</li> <li>4. Pembangunan sanggar seni</li> <li>5. Penyediaan seragam</li> <li>6. Sosialisasi dan penyebarluasan kesenian</li> </ol>
2020	Pengembangan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelatihan pembukuan untuk kelompok UMKM</li> <li>2. Pentas Kesenian Bandrong</li> <li>3. Penyediaan alat musik bandrong</li> </ol>
2021	<i>Exit Strategy</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelatihan pemasaran untuk kelompok UMKM</li> <li>2. Mendaftarkan kelompok bandrong ke IPSI (Ikatan Pencak Silat Indonesia)</li> </ol>
2022	Mandiri	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pentas Kesenian Bandrong</li> <li>2. Peningkatan dan perluasan pasar kesenian bandrong</li> </ol>

**Tabel 3.2 Roadmap Program Taman Budaya Suralaya**  
(Sumber: Dokumen Perusahaan)

Latar belakang dari diciptakannya program Taman Budaya Suralaya yaitu berawal dari perusahaan melihat apabila sejauh kurang lebih 5 kilometer mulai dari keluar Tol Merak hingga daerah Suralaya masih minim sebuah tempat dengan ruang terbuka hijau karena sebagian besar merupakan daerah laut, yang mana mulai dari daerah laut hingga daerah Suralaya sudah banyak dimanfaatkan menjadi kawasan industri. Maka, berdasarkan hal tersebut PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU berinisiatif memanfaatkan lahan kosong yang dimiliki untuk diciptakannya taman hijau terbuka dengan nama Ecopark, serta dapat dimanfaatkan khususnya oleh

masyarakat Pulomerak untuk berbagai macam kegiatan, mulai dari kegiatan sosial, kegiatan berbudaya, hingga terciptanya nilai-nilai ekonomi.

*“memang sejauh kurang lebih 5 kilo mungkin ya dari mulai keluar tol merak sampai disini tuh tidak ada ruang terbuka hijau karena memang pantai, seluas pantai dari sana sampai sini tuh sudah dimanfaatkan menjadi industri, sehingga masyarakat tuh bingung untuk bisa berkegiatan tuh dimana sehingga kita dari perusahaan berinisiasi untuk membuat lapangan tersebut”* (Luthfie Masyhadi, *Junior Officer Community Development*, wawancara tanggal 27 Januari 2023).



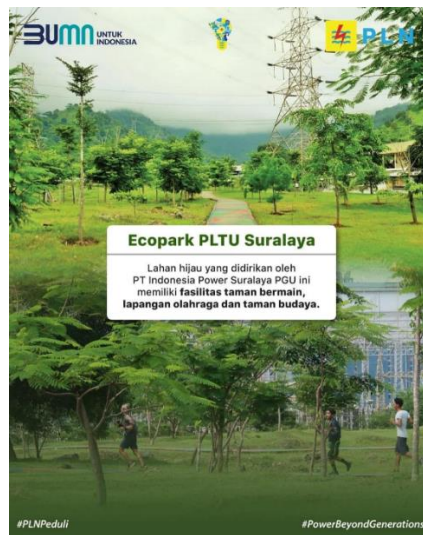
**Gambar 3.1. Gerbang masuk Ecopark**

(Sumber: Dokumen Pribadi)

Setelah Ecopark tercapai untuk realisasikan, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU kembali merancang taman terbuka hijau tersebut dengan adanya pengelolaan lingkungan yang digagas dengan ditanamkannya 3.439 pohon yang dapat menyerap karbon dioksida atau CO<sup>2</sup> sebanyak 148,68 ton CO<sup>2</sup>/tahunnya mengingat daerah Suralaya merupakan sebuah kawasan industri yang memiliki kualitas udara yang kurang baik dan dapat membahayakan tubuh. Serta, memanfaatkan lahan kosong seluas 2.961 m<sup>2</sup> untuk diciptakannya sebuah taman dengan nama taman Kehati yang dilatar belakangi dengan intensi untuk melestarikan beberapa macam tanaman-tanaman endemik yang hanya tumbuh pada daerah Banten dengan harapan agar dapat terjaga keanekaragamannya mengingat tanaman-tanaman tersebut merupakan tumbuhan yang unik yang hanya tumbuh pada daerah Banten dan secara alami tidak dapat ditemukan pada wilayah lain.

*“Jadi di ecopark itu kan ada taman Kehati ya yang isinya tanaman-tanaman endemik yang hanya tumbuh di daerah banten yang mana itu harus terus dilestarikan” (Luthfie Masyhadi, Junior Officer Community Development, wawancara tanggal 27 Januari 2023).*

Selain itu, agar lahan hijau berukuran luas tersebut dapat dimanfaatkan dengan sebaik mungkin dan memberikan nilai kegunaan yang berlimpah bagi masyarakat, maka PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU kembali menciptakan area jogging track dan lapangan tenis untuk mendukung masyarakat yang melakukan kegiatan olahraga pada taman Ecopark melihat sebelumnya masyarakat tidak memiliki tempat lintasan untuk berlari dan lapangan yang memadai untuk melakukan olahraga tenis.



**Gambar 3.2 Penjelasan Ecopark**

(Sumber: Dokumen Perusahaan)

Kemudian, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU mulai memfokuskan dalam mengikutsertakan masyarakat sekitar dalam program Taman Budaya Suralaya yang bertempat di taman Ecopark. Dimulai pada memberdayakan masyarakat dengan pembentukan kelompok UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dengan diberi nama Kelompok Amboja. Masyarakat yang dipilih dalam kelompok tersebut mayoritas adalah ibu-ibu yang sebelumnya berjualan dipinggir jalan kawasan Suralaya yang biasa dilalui oleh kendaraan-kendaraan besar. Melihat hal tersebut, maka PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memutuskan untuk menarik para pedagang tersebut untuk pindah berjualan pada halaman Ecopark agar dapat berjualan dengan lebih aman dan nyaman dengan segala fasilitas yang telah

diberikan. Berdasarkan data perusahaan, dalam kelompok UMKM yang tergabung dalam kelompok Amboja terdapat lima masyarakat binaan yaitu Fatimah, Suhana, Janawati, Junjanah, dan Sapariyah.

*“lah iya lah tempat tadinya kan jualannya ga disini, disana tuh di pinggir jalan. Terus diajak diskusi disuruh kesini biar satu tempat.”* (Fatimah, Masyarakat Binaan Program Taman Budaya Suralaya, wawancara tanggal 30 Januari 2023).

Selain pada kelompok UMKM, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU dengan tujuan awal yang berfokus juga pada sinergi budaya melihat adanya potensi menonjol yang dimiliki oleh masyarakat Suralaya khususnya dalam bidang kebudayaan, maka PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memberikan kesempatan untuk para kelompok tari bandrong yang tergabung pada Paguyuban Bandrong Sri Oyom untuk bergabung dalam program Taman Budaya Suralaya yang bertempat di taman Ecopark. Tari Bandrong sendiri merupakan tarian selamat datang Khas kota Cilegon yang telah diresmikan oleh pemerintah kota Cilegon. Potensi tersebut terlihat karena adanya keaktifan pada kelompok bandrong dalam melaksanakan kegiatan bandrong pada berbagai macam acara, sehingga hal tersebut melatarbelakangi PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU untuk memberdayakan masyarakat dengan potensi kebudayaan lokal khas daerah Banten tersebut agar dapat lebih berkembang dan mendapatkan dukungan berupa fasilitas, pendidikan, hingga infrastruktur. Berdasarkan data perusahaan, terdapat 15 masyarakat yang tergabung dalam kelompok Bandrong yaitu Kardiyanto, Jaka, Sudin, Sekiman, Suebi, Misnan, Wangki, Nurhalula Tarmudzi, Hadromi, Iwan Payung, Saefudin, Senare, Supri Doyok, Awang, dan Nanang Husnaedi.

*“masyarakat sering melaksanakan kegiatan bandrong terutama ketika ada hajatan besar, itu merupakan suatu budaya. Dan itu merupakan suatu potensi lokal, budaya lokal yang memang dapat dikembangkan”* (Luthfie Masyhadi, *Junior Officer Community Development*, wawancara tanggal 27 Januari 2023).



**Gambar 3.3 Kelompok Bandrong**

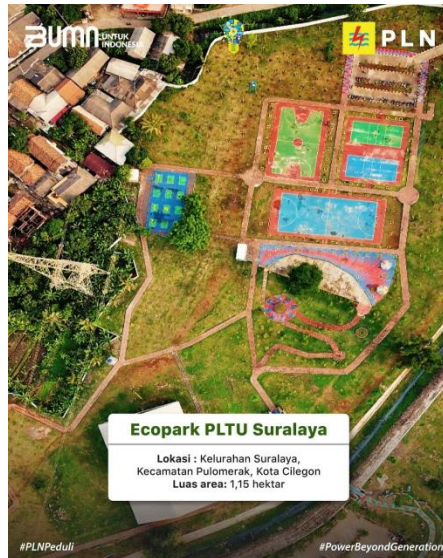
(Sumber: Dokumen Perusahaan)

## **2. Aktivitas *Community Development* pada Program Taman Budaya Suralaya**

Terdapat beberapa aktivitas *Community Development* yang dilakukan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU pada Program Taman Budaya Suralaya yang terbagi dalam beberapa kategori, berikut penjelasan lebih lengkapnya:

### **a. Infrastruktur**

Infrastruktur pertama yang diberikan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU selaku penyelenggara kegiatan *Community Development* untuk mendukung segala aktivitas yang ada pada program Taman Budaya Suralaya tersebut yaitu dengan menciptakan ruang terbuka hijau seluas 1,5 hektar yang diberi nama Ecopark dan berlokasi di Kelurahan Suralaya. Dalam Ecopark nantinya akan ditambahkan dan dibuatkan infrastruktur-infrastruktur lainnya sesuai dengan kebutuhan yang ada dan kemudian akan digunakan sebagai kepentingan publik termasuk untuk para masyarakat binaan di dalamnya.

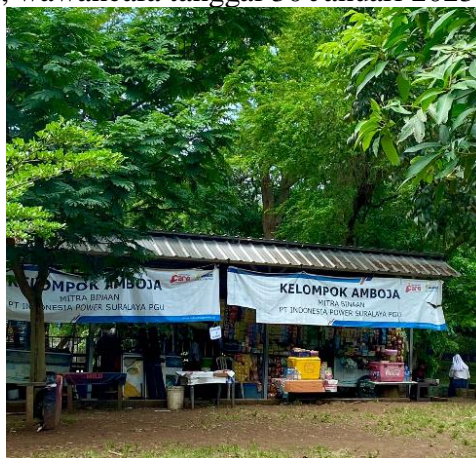


**Gambar 3.4 Ecopark**

(Sumber: Dokumen Perusahaan)

Selanjutnya PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memberikan sarana dan prasarana bagi masyarakat binaan Taman Budaya Suralaya yang tergabung dalam kelompok Amboja yang berisi masyarakat pindahan dari yang sebelumnya berjualan di pinggir jalan. Sarana dan prasarana yang diberikan PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU untuk mendukung kegiatan berjualan masyarakat kelompok Amboja yaitu berupa sebuah *foodcourt* yang nyaman dan memadai dengan berbagai fasilitas seperti gerobak, meja makan, kursi makan, dan etalase untuk berjualan.

*“Iya, yang jualan ada dikasih gerobak, tempat duduk, semuanya yang ada disini itu dapet dikasih”* (Fatimah, Masyarakat Binaan Program Taman Budaya Suralaya, wawancara tanggal 30 Januari 2023).



**Gambar 3.5 Pujasera Kelompok Amboja**

(Sumber: Dokumen Pribadi)

Kemudian untuk mendukung dan melestarikan budaya bandrong yang ada di Suralaya, maka PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memberikan



infrastruktur berupa dibuatkannya saung atau sanggar seni yang terbuat dari kayu dan dapat digunakan oleh anggota kelompok bandrong untuk melakukan latihan dan untuk beristirahat. Selain itu, saung tersebut juga dapat digunakan sebagai tempat penyimpanan alat musik dan seragam tari yang juga diberikan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU untuk mendukung penampilan bandrong ketika akan tampil.

*“Sama yang buat bandrongnya juga dibuatin saung, dikasih alat-alat nya juga nong.”* (Fatimah, Masyarakat Binaan Program Taman Budaya Suralaya, wawancara tanggal 30 Januari 2023).

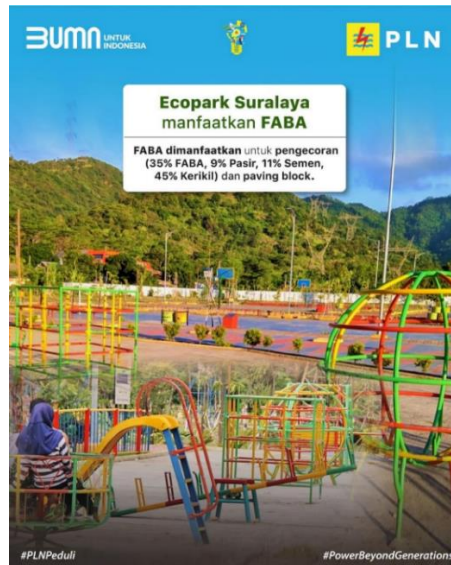


**Gambar 3.6 Saung Budaya**  
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Selain memberikan infrastruktur untuk mendukung kegiatan masyarakat binaan Taman Budaya Suralaya, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU turut memberikan infrastruktur-infrastruktur tambahan lainnya sebagai fasilitas yang ada pada taman Ecopark. Infrastruktur lainnya yaitu berupa lintasan jogging track yang dapat dimanfaatkan untuk masyarakat berolahraga, serta lapangan tenis yang dapat digunakan untuk berbagai macam olahraga dan juga untuk latihan bandrong. Pembuatan fasilitas-fasilitas tersebut selain untuk dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat, yaitu disebabkan juga untuk memanfaatkan limbah batu bara dari perusahaan. Pemanfaatan limbah dapat dilakukan dengan cara mengolah limbah sisa pembakaran batu bara atau *Fly Ash Bottom Ash (FABA)* yang dimanfaatkan untuk pengecoran, dan *paving block* yang kemudian digunakan untuk bahan baku pembuatan *jogging track* dan lapangan tenis yang ada di Ecopark.

*“Dalam pembangunan ecopark juga itu mba menggunakan FABA atau limbah batu bara dari IP terus diolah jadi paving block yang kemudian digunakan untuk membuat jogging track, lapangan tenis, dsb itu pakai limbah jadi ada sisi pemanfaatan limbahnya juga disitu.”* (Luthfie

Masyhadi, *Junior Officer Community Development*, wawancara tanggal 27 Januari 2023).



**Gambar 3.7 Pemanfaatan FABA pada Ecopark**  
(Sumber: Dokumen Perusahaan)

Selain itu, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU tetap memperhatikan infrastruktur apa saja yang diperlukan di Ecopark dan disesuaikan dengan keadaan. Seperti ketika di masa pandemi covid-19, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memberikan infrastruktur tambahan untuk mendukung pemerintah dalam menjaga kebersihan dan menaati protokol kesehatan. Dengan begitu, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memberikan beberapa infrastruktur baru lainnya di Ecopark seperti fasilitas tempat cuci tangan, sabun, masker, *hand sanitizer*, dan papan himbauan covid-19.

*“di beberapa titik di lapangan ecopark itu, seperti fasilitas cuci tangan, masker, kemudian kita berikan himbauan-himbauan di beberapa titik”*  
(Luthfie Masyhadi, *Junior Officer Community Development*, wawancara tanggal 27 Januari 2023).



**Gambar 3.8 Serah Terima Bantuan Covid-19 kepada Kelompok Amboja**

(Sumber: Dokumen Perusahaan)

## **b. Pelatihan**

Aktivitas Community Development lainnya yang dilakukan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU yaitu dengan adanya pemberian pelatihan. Pelatihan-pelatihan yang diberikan merupakan pelatihan yang sesuai dengan potensi yang dimiliki oleh masyarakat binaan. Berdasarkan *social mapping* yang dilakukan, ditemukan potensi kewirausahaan pada masyarakat amboja yang memang sebelumnya sudah berjualan dipinggir jalan, dan potensi melestarikan kebudayaan khas kota cilegon pada kelompok bandrong yang sebelumnya memang sudah sering melakukan pementasan. Dengan potensi yang dimiliki tersebut, maka PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU mendukung dengan memberikan pelatihan yang sesuai untuk meningkatkan potensi yang dimiliki. Serta, memberikan pula pelatihan melestarikan lingkungan guna menjadikan masyarakat binaan sebagai agen perubahan.

### **1. Pelatihan Kewirausahaan bagi UMKM Kelompok Amboja**

Dalam mendukung segala infrastruktur yang telah diberikan maka PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU turut memberikan pelatihan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) bagi masyarakat yang berjualan di Ecopark agar memiliki ilmu dalam berdagang seperti pelatihan pembukuan yang dilakukan agar masyarakat yang tergabung dalam kelompok Amboja memiliki bekal dalam berjualan seperti dapat mengetahui perkembangan dan kondisi penjualannya

yang meliputi untung dan ruginya. Pelatihan tersebut dilakukan dengan adanya kerjasama dengan Pusat Kewirausahaan dan Klinik UMKM (PWIKU) Kota Cilegon. Hal tersebut didukung dengan pernyataan masyarakat binaan program Taman Budaya Suralaya seperti berikut.

*“Ya itu biar maju biar laku disuruhnya jualannya jangan sama kaya yang lain, biar beda-beda biar kita tuh maju, dilatih lah cara jualan yang bener gitu nong.”* (Fatimah, Masyarakat Binaan Program Taman Budaya Suralaya, wawancara tanggal 30 Januari 2023).

## **2. Pelatihan Keamanan Pangan bagi Kelompok Amboja**

Selain itu, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memberikan pula Kelompok Amboja pelatihan keamanan pangan untuk PIRT atau sertifikat izin Pangan Industri Rumah Tangga yang berguna apabila nantinya masyarakat binaan ingin menciptakan makanan kemasan maka akan lebih mudah untuk legalitasnya karena telah melakukan pelatihan.



**Gambar 3.9 Pelatihan Keamanan Pangan**

(Sumber: Dokumen Perusahaan)

## **3. Pelatihan Pembuatan *Ecobrick***

Mengingat Kelompok Amboja merupakan kelompok UMKM yang menjual makanan maupun minuman yang dimana akan menghasilkan sampah, maka PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memberikan pelatihan pengelolaan kepada ibu-ibu kelompok amboja mengenai sampah-sampah plastik yang berasal dari tempat mereka berjualan yang kemudian dibuat menjadi Ecobrick dengan memanfaatkan botol plastik yang kemudian diisi oleh sampah bekas mereka berjualan kemudian dibuat menjadi meja. Dengan begitu masyarakat secara langsung bertanggung jawab atas sampah-sampah yang ada di area Ecopark.



**Gambar 3.10 Pelatihan Pembuatan Ecobrick**

(Sumber: Dokumen Perusahaan)

#### **4. Pelatihan Kemandirian pada Kelompok Bandrong**

Selain itu, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU turut serta memberikan dukungan untuk masyarakat binaan yang tergabung dalam kelompok bandrong untuk lebih sering melaksanakan latihan agar dapat terus mengasah potensi yang mereka miliki. Pada dasarnya kelompok bandrong sudah memiliki dasar kemampuan dan keahlian yang kini hanya perlu dikembangkan, sehingga PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memberi kesempatan bagi para penari bandrong untuk secara langsung berkonsultasi dengan pihak dinas kebudayaan. Kemudian, dengan adanya kelompok bandrong tersebut dalam lingkungan Ecopark juga dapat menumbuhkan wisata edukasi mengenai budaya dengan tertariknya para masyarakat luar untuk berkunjung dengan tujuan untuk belajar atau sekedar melihat latihan bandrong. Dengan begitu maka PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memberikan pelatihan kemandirian pada masyarakat binaan pada kelompok bandrong yang dengan langsung dapat menyalurkan seluruh potensi kesenian yang mereka miliki kepada para pendatang.

*“Begitu pula dengan bandrong nya mbak suka ada yang datang untuk minta diajarkan atau datang sekedar liat latihannya.” (Luthfie Masyhadi, Junior Officer Community Development, wawancara tanggal 27 Januari 2023).*

#### **5. Pelatihan Edukasi Lingkungan**

Kemudian, mengingat pada Ecopark terdapat taman Kehati yang berisi tanaman-tanaman endemik yang hanya hidup di daerah Banten dan terdapat banyak pepohonan serta sering dikunjungi oleh banyak masyarakat pendatang, dengan begitu maka PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU turut serta memberikan edukasi lingkungan dan sosialisasi pengelolaan sampah yang baik

dan benar agar daerah Ecopark dapat terjaga lingkungannya dan masyarakat binaan dapat menjadi salah satu agen perubahan lingkungan yang menjadi contoh bagi para masyarakat pendatang untuk tetap menjaga lingkungan Ecopark.

*“kalau ada ruang terbuka hijau, masyarakat akan buang sampah sembarangan ya itu kita jadikan agen perubahan untuk merubah pola kebiasaan masyarakat yang ada disana untuk bijak dalam mengolah sampah. Jadi terwujud lah ruang terbuka hijau yang bersih... jadi kita edukasi juga masyarakat disana tentang lingkungan dan sosialisasi sampah.”* (Luthfie Masyhadi, *Junior Officer Community Development*, wawancara tanggal 27 Januari 2023).

## 6. Pelatihan Penanaman TOGA

Selain edukasi mengenai kebersihan lingkungan dan sosialisasi pengelolaan sampah, masyarakat binaan yang merupakan ibu-ibu yang berjualan pada lingkungan Ecopark yang tergabung dalam kelompok Amboja dalam program Taman Budaya Suralaya, diberikan kegiatan edukasi manajemen lingkungan berupa kegiatan komposting, hidroponik, dan penanaman TOGA atau jenis-jenis tanaman yang sering dimanfaatkan sebagai obat tradisional. Hal tersebut dilakukan guna menambah kemampuan dan memberikan bekal bagi masyarakat binaan kelompok Amboja dalam melestarikan lingkungan dan mengelola sampah atau limbah dengan baik.



**Gambar 3.11 Pelatihan penanaman TOGA**

(Sumber: Instagram @plnindonesiapower.slapgu, diakses pada 8 Maret 2023)

## **7. Pelatihan Sistem Tiket pada Ecopark**

Lebih lanjut, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memberikan pelatihan kemandirian dengan menempatkan langsung masyarakat binaan sebagai pelaku utama dalam membangun Ecopark. Masyarakat binaan tersebut diberikan kepercayaan dalam pengelolaan pada sistem tiket masuk Ecopark yang dikelola langsung oleh masyarakat binaan di bawah kontrol PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU. Dengan adanya tiket masuk tersebut nantinya akan digunakan sebagai pengelolaan lingkungan, serta kembali untuk masyarakatnya. Dengan begitu masyarakat binaan dapat terjun langsung dan belajar untuk mengelola pendapatan yang ada.

*“ada sistem tiket atau iuran nanti yang mengelola warga nanti hasilnya diatur lagi buat masyarakatnya, buat kelola lingkungannya, dsb.”* (Luthfie Masyhadi, *Junior Officer Community Development*, wawancara tanggal 27 Januari 2023).

## **8. Pelatihan Kemandirian dengan adanya Wisata Edukasi**

Kemudian, dengan adanya taman Kehati pada Ecopark, hal tersebut menjadi daya tarik masyarakat untuk melakukan wisata edukasi mengenai tanaman-tanaman endemik yang hanya tumbuh pada daerah Banten. Selain itu, masyarakat luar terutama siswa-siswi SD dan SMP beberapa kali melakukan kunjungan ke Ecopark untuk melakukan wisata edukasi mengenai pengelolaan limbah sampah. Pada kesempatan tersebut, masyarakat binaan yang telah diberikan edukasi lingkungan ikut memberikan bimbingan terkait wisata edukasi kepada para pendatang tersebut dengan di bawah pengawasan PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU.

*“beberapa kali kita sudah pernah didatangi anak-anak SD SMP tuh untuk melihat langsung. Kemudian kita juga di dekat situ juga ada pengelolaan sampah itu juga didatangi oleh anak-anak SD untuk kunjungan sekolahnya.”* (Luthfie Masyhadi, *Junior Officer Community Development*, wawancara tanggal 27 Januari 2023).

## **9. Pelatihan *Capacity Building* untuk meningkatkan kemandirian**

Pada Program Taman Budaya Suralaya, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU turut memberikan pula pelatihan *Capacity Building* berupa pelatihan menjadi ketua karena dalam setiap program *community development* yang dilakukan akan selalu terdapat salah satu yang ditunjuk sebagai *Local Hero* yang bertugas seperti ketua yang nantinya membantu dalam mengantisipasi terjadinya diskriminasi dan dominasi antar masyarakat. Maka dengan adanya pelatihan

tersebut, akan terbentuk masyarakat binaan yang mandiri dalam menyelesaikan masalah sebelum nantinya melibatkan pihak perusahaan.

*“kita berikan pelatihan cara menjadi ketua, capacity building, pelatihan organisasi, dsb. Dengan pengalaman tersebut mereka dapat berjalan sendiri nantinya ketika ada permasalahan internal maka sampaikan dulu ke ketua kelompok ketika sudah mentok baru kita dipanggil gitu.”* (Luthfie Masyhadi, *Junior Officer Community Development*, wawancara tanggal 27 Januari 2023).

### c. Kerjasama

Aktivitas *Community Development* lainnya yang dilakukan PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU dalam program Taman Budaya Suralaya yaitu dengan mengadakan kerjasama dengan pihak luar. Sejalan dengan hal tersebut, untuk mendalami dan menambah wawasan mengenai kesenian bandrong, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU melakukan konsultasi dengan tokoh budaya di kota Cilegon mengenai kesenian bandrong. Serta, bekerja sama dengan pihak dinas kebudayaan dan kepariwisataan kota Cilegon. Selain itu, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU bekerja sama juga dengan pemerintah setempat dalam membuat sertifikat untuk kesenian bandrong suralaya yang menyatakan bahwa kelompok bandrong tersebut adalah binaan dari PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU dan merupakan kelompok bandrong asli kota Cilegon.

*“ngeluarin sertifikat bahwa kelompok bandrong ini adalah binaan dari Indonesia power dan mereka diakui sebagai kelompok asli dari kota cilegon.”* (Andi Dwi Laksono, *Asisten Manager Humas dan Comdev*, wawancara tanggal 30 Januari 2023).

Hal lainnya yang dilakukan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU dalam program Taman Budaya Suralaya terutama untuk menumbuhkan kapasitas pada kelompok bandrong yaitu dengan mengajak kelompok bandrong tampil pada acara *internal* perusahaan dan diberikan kesempatan dengan diundang untuk tampil pada *event-event* tertentu.

*“tapi memang ada beberapa upaya yang sudah kami laksanakan dalam meningkatkan program yang ada di TBS ini salah satunya kita melaksanakan tampil bandrong di internal perusahaan dan diundang kalo ada event”* (Luthfie Masyhadi, *Junior Officer Community Development*, wawancara tanggal 27 Januari 2023).

Selain itu, pada program Taman Budaya Suralaya, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU mengikutsertakan beberapa *stakeholder* untuk bekerjasama dalam beberapa kegiatan, berikut penjelasan lebih lanjut:

Bidang	Stakeholder	Bentuk Kerjasama
--------	-------------	------------------



Pemerintahan	1. Dinas Kesehatan Kota Cilegon 2. Kelurahan Suralaya	Inisiasi, Proses, Monitoring, Pelatihan, dan Izin Pelaksanaan Kegiatan.
Akademisi	SD Wukir Relawu	Inisiasi, Proses, Monitoring, dan Edukasi.
Sektor Swasta	1. Saung Pancuran Mas 2. PT. Taman Ina Jaya 3. Buya Grafis 4. PT. Indonesia Power BSLA	Inisiasi, Proses, dan Monitoring.
Masyarakat Sipil	1. Kelompok Bandrong se-Suralaya 2. Kelompok Pedagang Ecopark	Inisiasi, Proses, dan Monitoring.
Media	Radar Banten	Inisiasi, Proses, Monitoring, dan Publikasi.

**Tabel 3.3 Pola Kemitraan dalam Program Taman Budaya Suralaya**  
(Sumber: Dokumen Perusahaan)

#### d. Promosi

Untuk memperkenalkan program Taman Budaya Suralaya kepada khalayak luas, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU mempromosikan masyarakat binaan yang tergabung dalam kelompok bandrong yaitu dengan cara mengambil video ketika sedang melakukan pementasan. Dengan video yang sudah diabadikan tersebut, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU mensosialisasikan video tersebut agar masyarakat dapat mengenali kelompok bandrong suralaya dan sadar apabila budaya bandrong merupakan budaya asli kota cilegon yang masih perlu dikenal dan dilestarikan.

*“kita ambil videonya kita sosialisasikan bahwasanya program ini masih program yang perlu kita angkat budaya bandrong ini memang budaya yang perlu kita kenal.”* (Luthfie Masyhadi, *Junior Officer Community Development*, wawancara tanggal 27 Januari 2023).

Upaya lainnya yang dilakukan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU untuk mempromosikan dan memperkenalkan secara luas mengenai program Taman Budaya Suralaya kepada masyarakat yaitu dengan memanfaatkan media sosial Instagram @plnindonesiapower.slapgu. Pada akun Instagram tersebut, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU mengunggah mengenai foto-foto keindahan

Ecopark, memperkenalkan fasilitas-fasilitas yang ada, menginformasikan pemanfaatan FABAs, dan menginformasikan bahwa di Ecopark terdapat kelompok bandrong khas kota Cilegon serta terdapat juga pujasera.



**Gambar 3.12 Promosi Ecopark**

(Sumber: Instagram @plnindonesiapower.slappu, diakses pada 8 Maret 2023)

### **3. Manfaat dan Kendala yang terdapat pada Program Taman Budaya Suralaya**

#### **a. Manfaat**

Dengan adanya segala aktivitas *community development* yang diberikan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU pada program Taman Budaya Suralaya, terdapat banyak manfaat positif yang dirasakan oleh masyarakat binaan kelompok Amboja mulai dari segi ekonominya yang perlahan meningkat dengan adanya pemasukan-pemasukan yang didapat dan pemasukan yang didapat lebih meningkat dari sebelumnya berjualan dipinggir jalan. Serta pada kelompok bandrong hal positif yang dirasakan yaitu mulai dikenalnya kelompok bandrong suralaya oleh masyarakat luar, sehingga pemasukan yang didapat otomatis meningkat. Hal tersebut didukung oleh masyarakat binaan yang menyatakan adanya dampak positif yang dirasakan.

*“Udah gitu sih ya dampaknya jadi rame otomatis tambah lah pemasukan juga Alhamdulillah, bandrong juga tambah pemasukan juga tambah dikenal orang aja nong.”* (Fatimah, Masyarakat Binaan Program Taman Budaya Suralaya, wawancara tanggal 30 Januari 2023).

Selain itu, di samping manfaat dari segi ekonomi yang didapatkan, manfaat lainnya yang dirasakan dari adanya pemberdayaan kelompok tari bandrong ini

yaitu adanya peningkatan minat masyarakat pada kebudayaan bandrong. Hal tersebut dinilai dari adanya peningkatan jumlah peminat masyarakat untuk masuk ke dalam kelompok bandrong dan tumbuhnya keinginan dalam diri anak-anak masyarakat suralaya untuk ikut mempelajari dan melestarikan kebudayaan bandrong.

*“mulai dengan adanya program TBS yang sudah kita kembangkan kemudian muncul anak-anak desa, anak-anak kelurahan itu. Jadi disana, di kampung situ ada satu pusat kaya saung gitu untuk kumpulnya seni bandrong, jadi setiap malam minggu itu pada latihan disitu. Nah kemudian dengan adanya kita kembangkan, kita sosialisasikan kepada masyarakat luas, anak-anak kecil itu mulai tertarik.”* (Luthfie Masyhadi, *Junior Officer Community Development*, wawancara tanggal 27 Januari 2023).

Dari program *Community Development* pada program Taman Budaya Suralaya, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU rutin melakukan pengecekan secara berkala yang dapat dilakukan dalam setahun sekali atau paling pendek dalam tiga tahun yang dilakukan untuk memastikan taraf hidup masyarakat yang diberdayakan. Dengan begitu, perkembangan pada masyarakat binaan program Taman Budaya Suralaya terlihat bahwa terdapat peningkatan dalam segi ekonomi masyarakatnya yang ditandai dengan adanya peningkatan pemasukan bagi masyarakat yang berjualan di taman Ecopark dan juga para penari Bandrong. Hal tersebut didukung dengan pernyataan masyarakat binaan yang merasakan adanya perubahan pemasukan yang lebih meningkat semenjak adanya program Taman Budaya Suralaya.

*“Alhamdulillah ada lumayan ya, dari sebelum nya di pinggir jalan mah ya lebih ningkat lah. Yang bandrong juga ada pemasukan lumayan lah karena sering diajak tampil.”* (Fatimah, Masyarakat Binaan Program Taman Budaya Suralaya, wawancara tanggal 30 Januari 2023).

Selain manfaat yang dirasakan oleh masyarakat dari adanya program Taman Budaya Suralaya, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU turut merasakan manfaat positif lainnya. Yaitu berupa aktivitas *community development* yang dijalankan pada program Taman Budaya Suralaya menciptakan sebuah prestasi dalam bentuk sebuah penghargaan yang diraih dalam Cilegon Corporate Social Responsibility (CCSR) dengan dianugerahkannya citra award pada kategori Karsa Budaya Prima di tahun 2019 dan prestasi tersebut kembali diraih dalam ajang penghargaan yang sama pada tahun 2021.

*“Tapi sebelumnya juga sudah pernah dapet penghargaan sebelum pandemi mbak di 2019, dan 2021 Alhamdulillah dapet lagi.”* (Luthfie

Masyhadi, *Junior Officer Community Development*, wawancara tanggal 27 Januari 2023).



**Gambar 3.13 Penghargaan 2019**  
(Sumber: Bantennews)



**Gambar 3.14 Penghargaan 2021**  
(Sumber: Poskota.net)

## b. Kendala

Dalam program Taman Budaya Suralaya yang sudah berjalan terdapat beberapa kendala. Kendala yang dialami yaitu berupa terjadinya perselisihan antar para pelaku UMKM pada kelompok Amboja yang mayoritas merupakan ibu-ibu. Kendala internal tersebut terjadi karena adanya rasa iri dan selisih ketika barang yang dijualnya merupakan barang yang sama. Namun, dengan adanya musyawarah antar kelompok Amboja dan divisi comdev PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU, maka permasalahan tersebut sudah dapat terselesaikan dan masyarakat sudah dapat berjualan kembali.

*“kendala internal ya namanya ibu-ibu ya kadang iri-irian lah dsb. Salah satu permasalahan nya itu produk yang mereka jual itu samaan gitu loh.”*  
(Luthfie Masyhadi, *Junior Officer Community Development*, wawancara tanggal 27 Januari 2023).

Selain itu, kendala lainnya terdapat pada kelompok bandrong yang merasakan adanya penurunan minat dari masyarakat luar pada kebudayaan lokal terutama bandrong. Terutama ketika di masa pandemi covid-19, kelompok

bandrong jarang melakukan pertunjukan karena minimnya masyarakat yang melakukan kegiatan hajatan akibat adanya pembatasan sosial. Dengan kendala tersebut, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU mencari solusi lain dengan mengundangnya untuk tampil pada acara internal dan mengundang ketika ada event. Dengan begitu, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU tetap mengupayakan untuk memperkenalkan kebudayaan bandrong pada masyarakat dan kelompok bandrong tetap dapat melakukan pementasan. Selain itu, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU mengupayakan untuk menciptakan bazar yang dilaksanakan di Ecopark yang kemudian dilanjutkan dengan beberapa penampilan bandrong. Dengan begitu, kini kendala yang terjadi dapat terselesaikan, dan kelompok bandrong dapat tampil kembali.

*“turunnya minat dari masyarakat luar terkait dengan budaya sehingga.. seni budaya bandrong sekarang sudah jarang lagi diminati”* (Luthfie Masyhadi, *Junior Officer Community Development*, wawancara tanggal 27 Januari 2023).

Sejalan dengan hal tersebut, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU juga menyiapkan upaya pencegahan apabila nantinya terjadi masalah pada program Taman Budaya Suralaya yaitu dengan melaksanakan monitoring berkala yang dilakukan dengan adanya pertemuan bersama dengan kelompok masyarakat binaan untuk menyampaikan segala masalah yang ada sehingga dapat mengantisipasi masalah dengan sedini mungkin.

*“...kita sering melaksanakan yang namanya monitoring berkala. Jadi kita sering melakukan pertemuan bersama dengan kelompok agar mereka juga sering menyampaikan apa namanya.. unek-uneknya ke kita sehingga permasalahan segera dapat terselesaikan.”* (Luthfie Masyhadi, *Junior Officer Community Development*, wawancara tanggal 27 Januari 2023).



**Gambar 3.15 Kegiatan Monitoring Kelompok**  
(Sumber: Dokumen Perusahaan)

## **B. Pembahasan Penelitian**

Pada pembahasan penelitian ini, peneliti akan menjabarkan hasil analisis terkait hasil penemuan penelitian yang didapatkan dengan teori yang dipakai dalam penelitian dan berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan selama lima hari

mengenai penelitian yang berjudul “Strategi *Community Development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU pada Program Taman Budaya Suralaya”.

## **1. Analisis Corporate Social Responsibility PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU**

### **A. Analisis pelaksanaan CSR pada PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU**

PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU merupakan salah satu anak perusahaan PT. Indonesia Power dan termasuk dalam Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berfokus pada bidang kelistrikan. Sebagai perusahaan yang berdiri di tengah-tengah masyarakat, sudah menjadi sebuah keharusan bagi PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU untuk melaksanakan kewajiban sosial dengan memperhatikan masyarakat dan wilayah lingkungan sekitar yang ditempati.

Hal tersebut mengacu pada definisi *Corporate Social Responsibility* menurut Sufyati (2016:30) yang menyatakan bahwa CSR merupakan tindakan sosial perusahaan yang dilakukan untuk membantu segala macam kehidupan yang meliputi kesejahteraan masyarakat, lingkungan, dan ekonomi. Dengan begitu perusahaan akan lebih mengutamakan keberlangsungan bukan hanya profitabilitas, serta CSR yang dilakukan akan memberikan dampak positif pula bagi perusahaan.

Selain itu, CSR juga didefinisikan sebagai sebuah tanggung jawab perusahaan pada masyarakatnya dan menitikberatkan apabila perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan. Serta CSR dapat diartikan sebagai sebuah peraturan dan langkah perusahaan dalam menjalankan hubungan dengan lingkungannya yang didasari oleh etika (Poerwanto, 2010:19).

Sejalan dengan definisi-definisi tersebut, dalam menanggung jawabkan segala dampak yang ada dari beroperasinya perusahaan di wilayah masyarakat maka PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU turut melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang sebagaimana sudah tercatat dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 pasal 74 tahun 2007 yang berisi mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal tersebut didukung pula dengan adanya arahan dari PT. Indonesia Power pusat yang telah menetapkan SK 26.K/010/IP/2014 mengenai Pedoman pelaksanaan Indonesia Power - *Community Assistance, Relation and Empowerment* (INPOWER-CARE) bagi seluruh anak perusahaan PT. Indonesia Power. Maksud dari INPOWER-CARE sendiri merupakan sebagai bentuk realisasi visi dan misi PT. Indonesia Power yang mana spesifik pada bersahabatnya dengan

lingkungan serta bentuk realisasi dari Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) perusahaan sebagai bagian dari manajemen perusahaan yang baik.

Dalam menjalankan program CSR sebagai tanggung jawab akan wilayah sekitar berdasar pada tiga pilar INPOWER-CARE tersebut, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU lebih banyak memusatkan pada kegiatan *Community Empowerment* yang dilakukan sebagai usaha dalam membantu mengembangkan segala potensi yang dimiliki oleh masyarakat sekitar wilayah suralaya dengan menumbuhkan inisiatif masyarakat dan memperkuat kemampuan yang dimiliki sehingga dapat menyelesaikan masalah yang ada pada masyarakat itu sendiri serta dapat memberikan kesempatan yang lebih banyak untuk menyokong kemandiriannya. Penerapan CSR yang menitikberatkan pada pendekatan pemberdayaan kini sudah banyak dilakukan, termasuk yang dilakukan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU yang kini telah memiliki beberapa bentuk CSR yang fokus dalam menumbuhkan kualitas hidup masyarakat suralaya dan merupakan kegiatan yang berkelanjutan. Salah satu program CSR dalam bentuk pengembangan masyarakat yang menjadi unggulan pada PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU dan telah beberapa kali mendapatkan penghargaan yaitu program Taman Budaya Suralaya. Seperti halnya yang dijelaskan oleh Handiwibowo (2018:116) bahwa dengan adanya penggabungan CSR dan pengembangan masyarakat di Indonesia maka hasil dan manfaat yang akan diterima akan lebih maksimal seperti dana *charity* perusahaan dapat digunakan untuk masyarakat dan lingkungan sekitar.

Sejalan dengan hal tersebut, dengan menitikberatkan CSR pada kegiatan *community development* maka PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU harus dapat mengupayakan adanya keselarasan antara program dan masyarakat karena setiap daya dan upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam memberikan segi pandang CSR sangat mempengaruhi keberhasilan perusahaan tersebut dalam memajukan prinsip pengembangan masyarakat. Sejalan dengan teori yang dijabarkan oleh Zubaedi (2013:4), dalam menumbuhkan konsep CSR yang berganti dari konsep tradisional menjadi program yang memfokuskan adanya keikutsertaan masyarakat atau *Community Development* yang seringkali diterapkan pada beragam kegiatan, yaitu:

- 1. Pada kegiatan peningkatan yang nantinya memungkinkan para penduduk untuk mendapatkan dukungan yang akan mencukupi kebutuhannya.**

Berdasarkan wawancara yang dilakukan diketahui bahwa PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memiliki prosedur yang sudah disusun dan ditetapkan oleh direksi mengenai aktivitas CSR dilakukan. Serta, terdapat pula kebijakan dari pemerintah yang bernama PROPER. Dengan begitu PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU dalam menciptakan sebuah kegiatan CSR yang melibatkan masyarakat sudah melakukan pemetaan, mendengarkan aspirasi dari pemerintah, dan mencari tahu kebutuhan masyarakat. Maka, dalam program CSR berbasis *community development* yang dijalankan sudah pasti perusahaan memberikan modal, mendukung, dan menciptakan program yang sesuai dengan potensi yang dimiliki dan kebutuhan masyarakat sehingga dengan begitu masyarakat dapat meningkatkan taraf hidupnya masing-masing dengan keahlian yang dimiliki. Selain itu, dalam upaya untuk menyuplai kebutuhan masyarakat dalam program CSR, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU bekerjasama dengan pemerintah yang dimana perusahaan mendukung dalam hal infrastruktur maupun dana, sedangkan pemerintah mendukung dalam bentuk sebuah turunan-turunan dan kebijakan.

**2. Kampanye dan aksi sosial yang nantinya memungkinkan keperluan masyarakat yang tidak berdaya dapat ditopang oleh pihak berwajib. Aktivitas yang berbasis pada *community development* memusatkan pada tindakan, dan hasil dimana keputusan yang diambil dan pengembangan program yang dilakukan dapat menghasilkan sesuatu yang lebih unggul.**

Dalam hal ini, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU sebagai pihak penyelenggara CSR lebih mengutamakan kebutuhan masyarakat dibandingkan dengan keinginan. Sehingga, dalam melakukan pemetaan perusahaan lebih memprioritaskan kebutuhan dan menyaring segala hal yang disampaikan dalam rekomendasi. Dengan begitu, program yang diciptakan merupakan sebuah program yang memang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga dengan otomatis masyarakat akan aktif dalam berpartisipasi dan menjalankan program CSR karena hal tersebut merupakan prioritas yang dapat memberikan hasil berupa nilai ekonomi dan manfaat lainnya.

Selain itu, perusahaan dan masyarakat harus melakukan tanggung jawab sosial internal maupun eksternal, seperti yang dijelaskan oleh *The Jakarta Consulting Group* bahwa terdapat dua peranan tanggung jawab sosial (Sunyoto et al., 2019), yaitu:



**1. Sisi Internal: Ditujukan untuk kepentingan stakeholder, dan bentuk tanggung jawabnya berupa sebuah daya laba dibarengi dengan adanya pemberdayaan pada karyawan perusahaan.**

Dalam hal ini, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU mengutamakan kesadaran para karyawannya mengenai pentingnya melakukan CSR atau tanggung jawab sosial. Peningkatan kesadaran karyawan akan pentingnya CSR dilakukan melalui kegiatan sosialisasi yang dilakukan melalui beberapa saluran komunikasi yang digunakan ketika mengadakan kegiatan sosialisasi dengan tatap muka yang rutin dilakukan dalam satu bulan sekali. Saluran komunikasi yang digunakan dapat melalui media sosial Instagram, *TV Wall*, dan melalui Email. Hal yang disosialisasikan berupa adanya kewajiban dari perusahaan dan karyawan dalam berkontribusi akan dampak dari adanya operasional perusahaan ditengah-tengah masyarakat Suralaya, salah satunya mengenai adanya polusi yang ditimbulkan dari banyaknya kendaraan perusahaan yang berlalu lalang. Melalui sosialisasi tersebut karyawan PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU menjadi memiliki rasa peduli dan mengerti akan pentingnya kegiatan CSR.

**2. Sisi Eksternal: Berkaitan dengan kontribusi perusahaan pada peningkatan kesejahteraan sosial, membuat lapangan pekerjaan, dan pelestarian lingkungan.**

Pada hal ini, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU telah menyadari akan kepentingan CSR sehingga telah banyak mengupayakan melakukan kegiatan CSR bagi masyarakat Suralaya dengan bentuk *community development* yang ditujukan agar masyarakat memiliki mata pencaharian yang akan meningkatkan kualitas hidupnya. Disamping itu, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU pada awalnya memberikan pula sosialisasi kepada masyarakat sekitar mengenai dengan CSR yang telah diberikan harus dimanfaatkan dengan sebaik mungkin karena akan berdampak kembali kepada masyarakat tersebut dan tidak mudah untuk meminta CSR terus menerus. Dengan begitu, maka masyarakat yang diberikan program CSR akan merasa memiliki tanggung jawab penuh dalam menjalankan program yang diberikan oleh perusahaan.

**B. Analisis *Triple Bottom Line* pada Program Taman Budaya Suralaya**

Berdasarkan temuan lapangan, dapat dikatakan apabila program Taman Budaya Suralaya merupakan sebuah wujud dari pelaksanaan dan penerapan konsep *Triple Bottom Line* atau yang lebih dikenal dengan sebutan 3P. Pada 3P yang

meliputi *Profit* diartikan sebagai keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan dapat berupa keuntungan materi setelah melakukan kewajibannya maupun keuntungan dalam mengimplementasikan CSR sebagai kegiatan jangka panjang. Selanjutnya adalah *People* yang berarti masyarakat yang terkena dampak dari adanya perusahaan sehingga secara khusus mendapatkan perhatian yang lebih dari perusahaan. Terakhir adalah *Planet* yang berarti keharusan perusahaan untuk bertanggung jawab pada kelestarian sumber daya alam atau lingkungan sekitar perusahaan beroperasi. Menurut Elkington, apabila perusahaan ingin menjaga keberlangsungan operasionalnya maka perusahaan diharuskan untuk memperhatikan 3P, yaitu asas yang seimbang antara aspek *Profit*, *People*, dan *Planet*, atau yang lebih dikenal dengan *Triple Bottom Line* (Rochmaniah & Sinduwiatmo, 2020:27-29).

Sejalan dengan hal tersebut, di dalam pelaksanaan program Taman Budaya Suralaya, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU menerapkan konsep *Triple Bottom Line* atau 3P. Hal ini serupa dengan temuan penelitian terdahulu mengenai implementasi *triple bottom line* yang dilakukan perusahaan dapat membantu sektor informal dan UMKM yang terdampak pandemi covid-19 (Kurniawan, 2020). Namun, pada program Taman Budaya Suralaya konsep 3P telah diterapkan dan dilaksanakan dari sebelum terjadinya pandemi. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai konsep 3P pada Program Taman Budaya Suralaya:

### **1. *People***

Dari data temuan wawancara dengan pihak PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU, ditemukan bahwa diantara tiga pilar yang ada, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU lebih banyak memusatkan pada kegiatan *Community Empowerment* dengan fokus membantu mengembangkan segala potensi yang ada pada masyarakat Suralaya. Upaya PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU dalam menciptakan masyarakat yang mandiri merupakan sebuah implementasi yang sesuai dengan penjelasan menurut Handiwibowo yang menyebutkan apabila dengan dilakukannya penggabungan antara kegiatan CSR dengan *community development* di Indonesia maka manfaat yang didapat lebih maksimal seperti dana *charity* yang berdasar dari perusahaan dapat digunakan bagi sekitar terutama pada masyarakat dan lingkungan (2018:116).

Sejalan dengan hal tersebut, pada program Taman Budaya Suralaya secara keseluruhan PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memilih masyarakat binaan yang merupakan warga lokal asli yang merupakan penduduk Suralaya.

Penduduk Suralaya dipilih karena mereka merupakan masyarakat yang tinggal pada wilayah perusahaan beroperasi yang secara tidak langsung terkena dampak dari adanya aktivitas perusahaan. Melalui program Taman Budaya Suralaya, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memberdayakan masyarakat sekitar suralaya dengan bergabung dalam program yang kemudian diarahkan untuk bergabung dalam kelompok Amboja bagi para masyarakat suralaya yang sebelumnya berjualan di pinggir jalan yang kemudian diarahkan untuk berjualan di daerah Ecopark dan kelompok Bandrong bagi para masyarakat suralaya yang sudah memiliki potensi dalam tari bandrong agar dapat lebih memaksimalkan segala potensi yang mereka miliki. Dengan bergabung dengan program Taman Budaya Suralaya masyarakat tersebut menjadi memiliki pendapatan yang lebih meningkat yang secara perlahan dapat memperbaiki perekonomiannya.

Dengan begitu, penerapan pada konsep *3P people* menunjukkan bahwa adanya hubungan sosial masyarakat Suralaya yang tergabung dalam kelompok Taman Budaya Suralaya dengan PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU yang terjadi karena adanya komitmen perusahaan untuk tetap menjaga keberadaannya di tengah masyarakat dengan diciptakannya program Taman Budaya Suralaya sebagai landasan untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat binaan.

## **2. Planet**

Dengan berdirinya PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU ditengah-tengah masyarakat Suralaya, tidak dipungkiri terdapat beberapa dampak yang ditimbulkan seperti adanya kendaraan besar yang berlalu lalang di daerah Suralaya yang secara tidak langsung menimbulkan adanya polusi lingkungan terlebih daerah suralaya merupakan sebuah kawasan industri dengan kondisi udara yang kurang baik. Dengan begitu, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU menyadari bahwa di daerah Suralaya sendiri masih kurangnya taman terbuka hijau sehingga perusahaan menciptakan Ecopark sebagai salah satu bentuk tanggung jawab pada lingkungan. Selain itu, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU turut serta dalam mengedukasi masyarakat binaan dalam program Taman Budaya Suralaya dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga kelestarian dan kebersihan lingkungan. Maka dengan begitu perusahaan dinilai telah mengimplementasikan teori *3P* mengenai *Planet* dengan telah melakukan tanggung jawab sosial pada aspek kepedulian pada lingkungan sosial. Hal tersebut sejalan dengan konsep Planet sendiri menurut Rochmaniah &

Sinduwiatmo (2020:29) yang dimana lingkungan seperti air, tanah, dan udara sekitar wilayah perusahaan merupakan tanggung jawab perusahaan demi keberlangsungan kehidupan masyarakat sekitarnya.

Melalui Ecopark, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU melakukan tanggung jawab mengenai lingkungan dengan menciptakan taman terbuka hijau yang kemudian ditanami dengan 3.439 pohon yang dapat menyerap karbon dioksida sebanyak 148,68 ton CO<sup>2</sup>/tahunnya. Selain itu, pada daerah Ecopark terdapat lahan kosong seluas 2.961 m<sup>2</sup> yang dimanfaatkan untuk membuat Taman Kehati yang berisi berbagai macam tanaman endemik yang hanya tumbuh pada daerah Banten. Selain itu, dalam pembangunan Ecopark PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU banyak menggunakan FABA atau limbah batu bara yang berasal dari perusahaan untuk dijadikan bahan baku dalam pembuatan fasilitas-fasilitas yang ada pada Ecopark. Dengan adanya taman Ecopark tersebut, masyarakat binaan yang tergabung dalam program Taman Budaya Suralaya yang memang dipusatkan untuk beraktifitas pada daerah Ecopark dijadikan sebagai agen perubahan lingkungan yang telah diberikan sosialisasi dan edukasi mengenai lingkungan.

Masyarakat binaan Taman Budaya Suralaya turut terjun langsung dalam pemeliharaan lingkungan melalui adanya pelatihan edukasi lingkungan mengenai tanaman-tanaman Endemik yang ada pada taman Kahati, diadakannya pelatihan pembuatan Ecobrick yang berbahan dasar dari sampah-sampah plastik yang berasal dari tempat para Kelompok Amboja berjualan, diadakan pula pelatihan penanaman TOGA bagi ibu-ibu yang tergabung Kelompok Amboja, serta diberikan sebuah pelatihan kemandirian dengan adanya wisata edukasi mengenai tanaman-tanaman endemik pada taman Kahati dan mengenai pengelolaan limbah sampah dengan pengetahuan yang mereka miliki berdasarkan sosialisasi dan edukasi lingkungan yang telah diberikan oleh perusahaan. Dengan adanya kegiatan-kegiatan memelihara lingkungan tersebut, masyarakat binaan program Taman Budaya Suralaya menjadi memiliki rasa tanggung jawab akan lingkungan yang mereka gunakan dan tempati sehingga akan tumbuh kesadaran untuk menjaga lingkungan tersebut dengan baik.

### **3. Profit**

Dalam temuan di lapangan, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU dalam memberikan program CSR pada masyarakat binaan tidak pernah mewajibkan

hasil materi atau pendapatan yang diperoleh dari program yang dijalankan untuk diberikan kepada perusahaan, sehingga keuntungan yang didapat hanya untuk masyarakat binaan dan diputar kembali untuk modal. Termasuk pada program Taman Budaya Suralaya yang dimana tidak ada kebijakan mengenai pembagian hasil keuntungan dengan perusahaan, sehingga keuntungan yang didapat dari hasil penjualan masyarakat Kelompok Amboja dan tampil Kelompok Bandrong keseluruhan hanya untuk masyarakat binaan tersebut.

Sejalan dengan hal tersebut, menurut Rochmaniah & Sinduwiatmo (2020:27) dalam teori 3P mengenai *Profit* dapat juga berarti penanaman modal dalam jangka panjang, yang berarti aktivitas CSR yang diciptakan oleh perusahaan dilakukan secara berkelanjutan. Dengan begitu, keuntungan yang didapat oleh perusahaan merupakan berupa adanya program Taman Budaya Suralaya yang terus berkelanjutan dengan baik sehingga keuntungan yang didapat adalah dengan adanya pandangan atau citra baik yang tumbuh melalui program Taman Budaya Suralaya yang berhasil memenangkan award sebanyak dua kali. Sehingga dalam hal ini, profit yang didapatkan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU bukan berupa materi melainkan terciptanya citra yang baik bagi perusahaan dan program Taman Budaya Suralaya yang tetap berkelanjutan dimana masyarakat binaan dapat memiliki pendapatan tetap.

## **2. Implementasi Community Development melalui Program Taman Budaya Suralaya**

### **A. Analisis Community Development pada PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU dalam Program Taman Budaya Suralaya**

Dalam temuan lapangan, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU lebih memfokuskan kegiatan CSR pada program *Community Empowerment* yang diimplementasikan pada program *Community Development* melalui Program Taman Budaya Suralaya dengan memberdayakan masyarakat Suralaya dengan adanya kerjasama dengan dinas kebudayaan Kota Cilegon sehingga dapat menciptakan masyarakat yang mandiri dengan adanya segala pelatihan dan infrastruktur yang telah diberikan oleh perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan pengertian *Community Development* sendiri menurut Rochmaniah & Sinduwiatmo (2020:106-107) yang menjelaskan apabila *Community Development* merupakan sebuah usaha

pemberdayaan dari perusahaan, pemerintah, dan masyarakat lokal itu sendiri yang memiliki tujuan nantinya masyarakat dapat menciptakan keputusan, tumbuhnya inisiatif, dan menjadi masyarakat yang mandiri. Serta masyarakat lebih mandiri dan berkapasitas dalam mencakup berbagai macam aspek mulai dari ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup.

Pada dasarnya, *Community Development* memiliki dua pengertian terpisah antara *community* dan *development*. Rochmaniah & Sinduwiatmo (2020:106-107) menjelaskan definisi *community* sendiri merupakan sebuah jenjang kekerabatan pada masyarakat. Sedangkan Iriantara (2007) menjabarkan lebih lanjut mengenai definisi *community* atau komunitas dalam *Community Development* yakni merupakan segmen dari *stakeholder* yang secara hakiki memang dinantikan untuk membantu dan memberi dukungan bagi keberlangsungan perusahaan. Pada temuan lapangan menunjukkan apabila PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU mengimplementasikan definisi *community* dengan secara berangsur-angsur mulai dari mengadakan sosialisasi dengan masyarakat Suralaya untuk melakukan pendekatan dan mendengarkan harapan masyarakat sehingga masyarakat dapat menyampaikan hal-hal yang dibutuhkan, kemudian perusahaan turut mengikuti kegiatan musrenbang atau Musyawarah Perencanaan Pembangunan dengan masyarakat dan anggota kelurahan. Dengan begitu, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU secara bertahap membangun relasi dengan masyarakat binaan Taman Budaya Suralaya.

Lebih lanjut, Rochmaniah & Sinduwiatmo (2020:106-107) menjelaskan pengertian *Development* sendiri merupakan perubahan menuju pada peningkatan yang dibuat dan dikerjakan dengan bertahap. Dalam hal ini, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU mengimplementasikannya dengan adanya pembuatan *Roadmap* yang berisi rencana atau target yang akan dicapai dan dilakukan pada program Taman Budaya Suralaya dalam beberapa tahun kedepan. Dengan begitu, perusahaan terus memberikan dan memantau perkembangan program dengan terus memberikan inovasi-inovasi maupun pelatihan yang dibutuhkan untuk menumbuhkan masyarakat yang lebih kreatif dan mandiri, serta dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat binaan Taman Budaya Suralaya.

Dalam melakukan program *community development*, perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas terutama bagi para masyarakat penerima program. Seperti

halnya yang jelaskan oleh Rochmaniah & Sinduwiatmo (2020:108) bahwa program *community development* memiliki setidaknya empat tujuan yaitu:

### **1. Menumbuhkan rasa kepercayaan diri**

Dalam program Taman Budaya Suralaya, masyarakat dibangun rasa kepercayaan dirinya dengan adanya dorongan dari PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU untuk terus memberikan edukasi dan pelatihan mengenai pembukuan dan cara berjualan yang baik kepada kelompok Amboja. Serta, memberikan pelatihan dan akses untuk kelompok Bandrong dalam memperkenalkan kebudayaan bandrong kepada masyarakat luas. Dengan diberikannya dukungan dalam potensi yang dimiliki oleh masyarakat binaan maka, secara perlahan rasa kepercayaan diri muncul dibarengi dengan potensi dan pengetahuan yang mereka miliki.

### **2. Menumbuhkan rasa bangga dan semangat kerja**

Dalam hal ini, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU mendorong masyarakat binaan Taman Budaya Suralaya dalam meningkatkan rasa bangga pada potensi yang mereka miliki dengan cara membantu kelompok Bandrong untuk memiliki sertifikat keaslian akan kebudayaan Bandrong Cilegon yang mereka miliki dan memberikan infrastruktur yang memadai untuk kelompok Amboja. Dengan adanya hal tersebut masyarakat binaan dapat melakukan kegiatan dengan adanya perasaan bangga dan tumbuhnya rasa semangat dalam mencari penghasilan.

### **3. Menumbuhkan upaya untuk membangun**

Dalam upaya meningkatkan taraf hidup masyarakat dalam program Taman Budaya Suralaya, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memberikan dorongan dengan pelatihan-pelatihan kemandirian kepada masyarakat binaan. Seperti adanya pelatihan kemandirian pada kelompok Bandrong memberikan edukasi kepada masyarakat luar mengenai kebudayaan Bandrong, dan pelatihan sistem tiket pada Ecopark yang dapat membuat masyarakat dengan secara langsung mengelola pendapatan yang ada. Selain itu, dengan adanya infrastruktur yang diberikan maka akan mendukung masyarakat dalam membangun kemandirian.

### **4. Menumbuhkan kesejahteraan masyarakat**

Kesejahteraan dan keharmonisan masyarakat binaan Taman Budaya Suralaya dipantau langsung oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU, yang dimana

sejak awal dibentuknya program telah diberikan sosialisasi mengenai cara menyelesaikan masalah yang ada dan mengantisipasi masalah yang ada dengan cara diselesaikan melalui musyawarah dengan masyarakat dan perusahaan. Kesejahteraan dalam bentuk kestabilan pendapatan selalu dikontrol dan diperiksa oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU secara berkala setiap bulannya, sehingga apabila terjadi masalah mengenai menurunnya pemasukan yang didapat maka akan diberikan jalan keluar berupa inovasi-inovasi baru dalam berjualan, dan mencari relasi untuk kelompok Bandrong agar bisa memperkenalkan potensi yang dimiliki. Dengan adanya upaya-upaya tersebut, kesejahteraan masyarakat Taman Budaya Suralaya dapat terus terpantau.

## **B. Analisis Strategi Community Development dalam Program Taman Budaya Suralaya**

Pada dasarnya *community development* merupakan salah satu komponen penting dari CSR dalam menjaga hubungan baik dengan masyarakat secara berkelanjutan karena *community development* sendiri mencakup bagian-bagian yang terikat pada CSR. Menurut Charolinda (2006:91) dengan menggunakan metode *Community Development*, maka perusahaan dan masyarakat wajib mengetahui dan memahami kepentingannya sendiri-sendiri guna mempererat hubungan yang positif dan hal tersebut memberikan pengaruh pada penetapan *strategic planning* dari perusahaan nantinya, baik strategi mengenai pemeliharaan lingkungan hidup, strategi pada penyerapan tenaga kerja lokal maupun saat menetapkan para penyuplai lokal.

Sejalan dengan hal tersebut, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU telah merancang strategi untuk program Taman Budaya Suralaya dengan sebaik mungkin dan berdasarkan dengan definisi strategi sendiri menurut Daft (dalam Nissak, 2013) ialah rencana dari aksi yang menjelaskan mengenai alokasi sumber daya, serta berbagai kegiatan untuk menghadapi lingkungan, menggapai keunggulan bersaing, dan memperoleh tujuan perusahaan.

Disamping merancang strategi yang baik, tetap terdapat setidaknya empat upaya yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam merancang strategi *community development* apapun yang ingin diciptakan, menurut Mardikanto & Soebianto (2015:172) empat upaya tersebut adalah:

### **1. Meningkatkan kewajiban guna meraih dukungan, kebijakan, sosial dan finansial dari beberapa pihak terikat**



Berdasarkan temuan lapangan, dalam hal ini PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU sebagai perusahaan BUMN maka telah memiliki kewajiban dalam menjalankan CSR sesuai undang-undang yang telah ditetapkan oleh pemerintah sehingga PT. PLN Indonesia Power pusat akan memberikan sebuah kebijakan yang kemudian diturunkan kepada PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU yang didukung juga oleh putusan *General Manager* yang menurunkan kebijakan program CSR mengacu pada serat direksi yang diutus oleh kantor pusat. Selain itu, dukungan secara finansial diberikan oleh kantor pusat yang telah menetapkan anggaran dana, sehingga PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU dapat merencanakan anggaran dana untuk program kerja satu tahun. Selanjutnya, pemerintah kota Cilegon turut andil dalam memberikan rekomendasi program yang dibarengi dengan adanya Perwali (Peraturan Walikota). Dengan begitu, maka PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU telah melakukan upaya dalam meningkatkan kewajiban guna meraih dukungan, kebijakan, sosial dan finansial dari beberapa pihak terikat.

## **2. Membangun penduduk yang berdaya**

Dalam upaya untuk menciptakan penduduk yang berdaya, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU menciptakan program *community development* yang berdasarkan pada asas kebutuhan masyarakat suralaya yang kemudian ditentukan target yang diinginkan. Dalam proses mencapai target tersebut, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU mendukung dalam bentuk infrastruktur maupun dana yang kemudian dibarengi dengan meningkatkan kualitas SDM yang akan diberdayakan dengan memperhatikan sisi kompetensi yang kemudian akan dilanjutkan dengan adanya pemberian pelatihan-pelatihan yang sesuai agar terciptanya masyarakat yang berdaya.

## **3. Memenuhi kelengkapan sarana dan prasarana pekerjaan para penyedia**

Dalam upaya memenuhi kelengkapan sarana dan prasarana, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU yang telah memiliki anggaran tersendiri untuk melakukan CSR maka sudah pasti mendukung dengan memberikan infrastruktur dan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan oleh masyarakat binaan. Seperti pada program Taman Budaya Suralaya, untuk mendukung program tersebut maka perusahaan memberikan infrastruktur berupa gerobak dan tempat berjualan bagi kelompok Amboja, serta saung, alat musik, dan

seragam bagi kelompok Bandrong. Dengan adanya dukungan berupa infrastruktur tersebut yang diberikan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU maka dapat melengkapi dan mendukung aktivitas masyarakat binaan dalam melakukan pekerjaan untuk meningkatkan taraf hidupnya.

#### **4. Mengatur dan memanfaatkan kemampuan sumber daya pada penduduk**

Dalam mengatur dan memanfaatkan potensi yang terdapat pada masyarakat, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU telah melakukan *social mapping* untuk menentukan potensi yang dimiliki kemudian diberikan program yang sesuai dengan potensi yang dimiliki sehingga masyarakat dapat mengembangkan potensi tersebut dibarengi dengan adanya dukungan dari perusahaan berupa infrastruktur dan pelatihan-pelatihan yang sesuai sehingga potensi yang dimiliki masyarakat dapat berkembang dan dimanfaatkan dengan baik sesuai dengan program yang telah diatur oleh perusahaan. Dengan begitu, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU telah melakukan upaya dalam menciptakan langkah-langkah dalam memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh masyarakat.

Selain terdapat upaya yang harus diperhatikan dalam menciptakan strategi *community development*, menurut Suharto (2006) terdapat pula tahapan-tahapan yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam menciptakan strategi pengembangan masyarakat, mulai dari Pemungkinan, Penguatan, Perlindungan, Penyokongan, hingga Pemeliharaan. Berikut penjelasan lebih lanjut:

##### **1. Pemungkinan**

Dalam hal ini, perusahaan harus dapat menumbuhkan suasana yang memungkinkan berkembangnya potensi masyarakat secara optimal. Pemberdayaan harus dapat membebaskan masyarakat dari hal kultural maupun struktural yang menghambat (Suharto, 2006). Dengan begitu, langkah yang dilakukan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU adalah dengan mengedepankan dan memfokuskan pada potensi-potensi yang dimiliki oleh masyarakat binaan Taman Budaya Suralaya seperti potensi berjualan pada kelompok Amboja dan potensi dalam melestarikan kebudayaan Bandrong Cilegon pada kelompok Bandrong. Selain pemberian pelatihan, untuk mengurangi hal-hal yang menghambat secara kultural maupun struktural seperti adanya rasa takut dari masyarakat untuk memulai hal baru, maka PT.

PLN Indonesia Power Suralaya PGU mengadakan sosialisasi kepada masyarakat mengenai pentingnya melakukan perubahan-perubahan kecil yang akan berdampak besar pada taraf hidup masyarakat. Dengan adanya pelatihan-pelatihan peningkatan potensi dan sosialisasi yang dilakukan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU membuat potensi yang dimiliki masyarakat akan lebih terlihat, sehingga perlahan dapat menghilangkan hambatan-hambatan dalam hal kultural maupun struktural yang terdapat pada masyarakat binaan.

## **2. Penguatan**

Menurut Suharto (2006), perusahaan harus dapat memperkuat pengetahuan dan kemampuan masyarakat dalam menyelesaikan masalah dan melengkapi kebutuhannya. Pemberdayaan harus dapat meningkatkan kemampuan, kepercayaan diri, dan kemandirian masyarakat. Maka, selain memberikan pelatihan peningkatan yang sesuai dengan potensi yang dimiliki oleh masyarakat, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU dalam menciptakan program selalu disertai dengan adanya pembuatan STO atau Struktur Organisasi. Struktur Organisasi yang diciptakan dibarengi dengan diberikannya pelatihan menjadi ketua, *capacity building*, dan pelatihan organisasi lainnya. Sehingga dengan adanya hal tersebut masyarakat menjadi memiliki kekompakan, pengetahuan, dan pengalaman yang nantinya akan membekali masyarakat ketika adanya masalah terjadi maka akan diselesaikan secara musyawarah antar masyarakat sebelum nantinya melibatkan pihak perusahaan. Dengan begitu, maka hal-hal tersebut merupakan langkah PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU dalam memandirikan masyarakat, meningkatkan kemampuan serta kepercayaan dirinya.

## **3. Perlindungan**

Dalam langkah memberikan perlindungan, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU membuat antisipasi dalam adanya diskriminasi kelompok dengan cara menciptakan *Local Hero* dalam setiap program *community development*. *Local Hero* dipilih untuk nantinya menjadi seseorang yang diberikan kepercayaan, diandalkan, dan dapat menjaga masyarakat binaan agar terhindar dari adanya perselisihan antar kelompok. Dalam setiap program *community development*, *local hero* yang ada tidak selalu orang yang sama tiap waktunya karena PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU akan

melakukan regenerasi *local hero* dengan adanya orang kedua yang akan membantu *local hero* utama sebagai sebuah bentuk antisipasi terjadinya diskriminasi dan dominasi antar masyarakat. Dengan begitu, hal tersebut sesuai dengan definisi perlindungan disini yaitu perusahaan dapat melindungi kelompok masyarakat yang lemah agar terhindarnya persaingan tidak seimbang antara yang kuat dan lemah serta mencegah terjadinya eksploitasi kelompok. Pemberdayaan dapat difokuskan pada pembasmian diskriminasi dan dominasi yang dapat merugikan masyarakat kecil (Suharto, 2006).

#### **4. Penyokongan**

Menurut Suharto (2006), dalam *community development* perusahaan harus memberikan bimbingan dan dorongan untuk masyarakat dalam menjalankan tugas di kehidupannya. Pemberdayaan harus dapat mendorong masyarakat untuk tidak menjadi semakin terpinggirkan. Langkah yang dilakukan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU yaitu dengan adanya pemberian pelatihan dan bimbingan dapat berupa pelatihan peningkatan potensi maupun nasehat dan evaluasi, serta dalam bentuk infrastruktur sarana maupun prasarana. Dengan adanya dukungan tersebut, masyarakat dapat lebih mudah untuk melakukan kegiatan dalam meningkatkan taraf hidupnya sehingga dapat menghilangkan kemungkinan masyarakat akan terpinggirkan karena telah dibekali dengan keahlian dan dukungan-dukungan lainnya yang diberikan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU.

#### **5. Pemeliharaan**

Berdasarkan temuan lapangan, dalam langkah pemeliharaan program *community development* yang telah diciptakan, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU mengadakan pengecekan dalam setahun sekali atau paling pendek dalam tiga tahun sekali sesuai dengan perencanaan yang ada pada social mapping. Pengecekan berkala tersebut salah satunya dilakukan dengan adanya IKM (Indeks Kepuasan Masyarakat) yang dilakukan dengan pihak akademisi. IKM (Indeks Kepuasan Masyarakat) yang dilakukan berisi mengenai kesejahteraan, respon, kesan, dan hal yang didapat dari program yang sudah dijalankan. Selain itu, untuk melihat manfaat atau nilai apa saja yang didapat oleh masyarakat dari adanya *program community development* yang diberikan, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU melakukan kajian SROI untuk melihat hasil atau nilai dari modal atau investasi yang diberikan

perusahaan bagi masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan definisi pemeliharaan menurut Suharto (2006) yaitu perusahaan harus dapat memelihara kondisi yang kontributif agar seimbangnya distribusi kekuasaan kelompok dalam masyarakat. Pemberdayaan harus dapat menjamin keharmonisan dan keseimbangan masyarakat dalam memperoleh kesempatan berusaha.

Disamping telah menyiapkan upaya dan langkah-langkah tersebut, menurut Rudito dan Budimanta (dalam Achmad W, 2022:34) agar dapat menciptakan program *community development* yang dapat meningkatkan kualitas perusahaan dengan optimal, maka harus didukung dengan merancang strategi *community development*. Berikut strategi *Community Development* pada program Taman Budaya Suralaya:

### **1. Pembuatan *Social Mapping* dan *Roadmap* dalam menentukan sasaran dan target Program Taman Budaya Suralaya**

Berdasarkan temuan lapangan, dalam mengidentifikasi program yang akan diciptakan, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU melakukannya dengan cara *Social Mapping* dan membuat *Roadmap*. Dengan dilakukannya *social mapping* maka segala masalah dan potensi yang ada pada masyarakat dapat teridentifikasi dengan baik. Pendefinisian sasaran disini berarti perusahaan harus mampu mengidentifikasi pendapatan usaha potensial yang bersumber dari *community development* serta perusahaan harus dapat membantu dalam membuat dasar dalam menyiapkan maksud dan target perusahaan (Achmad W, 2022).

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu yakni dalam melakukan upaya *community development* dalam mengembangkan mutu pendidikan di era pandemi Covid-19 pada Kecamatan Singingi sebagai bentuk CSR PT. Rapp Estate Logas dilakukan dengan tahapan akumulasi fakta, pemahaman masalah, penyusunan aksi, dan evaluasi. Serta, menerimanya segala masukan masyarakat pada perencanaan program yang ingin dilakukan dengan cara melakukan prosedur alur logis (Mulyandi, 2021). Sejalan dengan hal tersebut, sedangkan pada Program Taman Budaya Suralaya dalam upaya mencari tahu kondisi dan permasalahan masyarakat PT. PLN Indonesia Power Suralaya melakukannya dengan cara *Social Mapping* menyeluruh pada daerah

Suralaya, dan menyusun tahapan perkembangan program dalam lima tahun kedepan pada *Roadmap*.

**a. *Social Mapping***

Dalam program Taman Budaya Suralaya social mapping diawali dengan dilakukannya pemetaan secara garis besar pada seluruh wilayah Kelurahan Suralaya. Berdasarkan *social mapping* yang dilakukan dengan melalui pendekatan SLA (*The Sustainable Livelihood Approach*), ditemukan apabila pada Kelurahan Suralaya terdapat satu modal yang menonjol yaitu pada infrastruktur sebesar 46%, dua modal yang sedang yaitu modal sosial 40% dan modal SDM (Sumber Daya Manusia) 39%. Serta terdapat modal yang rendah yaitu pada SDA (Sumber Daya Alam) 25% dan modal keuangan 23%. Dengan begitu dapat ditentukan bahwa fokus PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU dalam mendukung kehidupan berkelanjutan pada masyarakat Kelurahan Suralaya dilakukan dengan adanya dukungan dalam peningkatan pendapatan masyarakat, dan meniyasati keterbatasan yang ada pada SDA (Sumber Daya Alam) berupa air dan lahan melalui adanya peningkatan produktivitas dan aksesibilitas pada masyarakat Kelurahan Suralaya. Serta, mendukung pula modal penghidupannya lainnya dengan tetap meningkatkan dan mendukung modal penghidupan yang masih minim pada Kelurahan Suralaya. Lebih lanjut, dari adanya hasil *social mapping* tersebut maka dibuatlah rekomendasi oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU berupa tema program yang merupakan tema transformasi yang menjadi titik awal dan pemberi arah pada proses merubah kondisi sosial masyarakat Suralaya. Tema yang diusung dalam implementasi *Community Development* pada daerah Suralaya yaitu “Suralaya Sehat dan Terampil” dengan tujuan atau *goal* yaitu dapat mendukung peningkatan kualitas hidup dan lingkungan yang sehat serta hubungan harmonis dengan multi stakeholder. Tema yang diusung tersebut berdasarkan dengan adanya analisis masalah sosial, gambaran sosial ekonomi, ekspektasi masyarakat, dan kepentingan perusahaan.

Dari *Social Mapping* secara keseluruhan Kelurahan Suralaya tersebut, ditemukan adanya potensi dalam bidang Sosial dan Budaya dengan rekomendasi program berupa Promosi Ecopark sebagai Taman budaya dengan program “Taman Budaya Suralaya” serta dengan sasaran yaitu masyarakat umum dan pemuda pada Kelurahan Suralaya. Hal tersebut berdasarkan pada

data *social mapping* yang ada menunjukkan bahwa adanya modal sosial warga suralaya yang cukup tinggi sebesar 75% pada adanya tingkat kekompakan dan toleransi pada masyarakat sehingga memberikan adanya peluang pengembangan dalam memberdayakan kelompok sebagai media dalam keberhasilan program *community development*. Selain itu, dengan adanya ketersediaan ruang terbuka hijau dan kebutuhan terhadap ruang terbuka hijau di suralaya maka dibentuklah Taman Budaya Suralaya yang berada di Ecopark yang sekaligus dijadikan sebagai ruang penyadaran akan pentingnya lingkungan dan sampah serta sebagai ruang untuk memperkuat interaksi sosial. Dengan adanya potensi Bandrong pada kelompok Bandrong di masyarakat Suralaya namun masih minimnya pengetahuan kelompok bandrong dalam meningkatkan potensi yang dimiliki maka menjadikan pula sebuah dasar adanya taman budaya yang berisi mengenai adanya pertunjukan seni bandrong dan edukasi para pelajar mengenai budaya dan lingkungan. Kemudian, dilihat dari gambaran sosial masyarakat Suralaya terdapat masyarakat yang masih berjualan dipinggir jalan dengan pendapatan yang tidak menentu dan tidak terorganisir dengan baik, maka PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU bergerak untuk mengajak masyarakat tersebut berjualan pada daerah Ecopark yang tergabung dalam kelompok Amboja dengan diberikannya infrastruktur dan pelatihan yang dibutuhkan serta dijadikannya sebagai agen dalam perubahan lingkungan. Maka, dengan adanya Ecopark yang diciptakan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU tersebut banyak masyarakat atau pengunjung yang datang sehingga ibu-ibu yang sebelumnya berjualan di pinggir jalan dipindahkan untuk berjualan berjualan pada area Ecopark, dan masyarakat yang memiliki potensi pada tarian bandrong turut dipindahkan dalam satu area serta bergabung dalam program Taman Budaya Suralaya.

Dengan adanya *social mapping* yang dilakukan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU secara menyeluruh pada daerah Kelurahan Suralaya tersebut membuat potensi dan masalah yang ada di masyarakat dapat teridentifikasi dengan baik dengan adanya susunan pemetaan dalam sasaran dan target yang akan dicapai. Serta, masyarakat memiliki peluang dalam meningkatkan kesejahteraan hidup dengan bergabungnya pada program

*community development* yang telah disusun khususnya pada program Taman Budaya Suralaya.

**b. Roadmap**

Dalam menjadikan Program Taman Budaya Suralaya menjadi program yang berkelanjutan dalam mendukung penghidupan masyarakat suralaya, selain melakukan *social mapping* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU menciptakan pula sebuah Roadmap yang setiap programnya ditargetkan akan berjalan kurang lebih selama lima tahun. Pada roadmap yang telah disusun untuk Program Taman Budaya Suralaya terdapat beberapa tingkatan mulai dari perintisan, penguatan, pengembangan, *exit strategy*, dan mandiri. Dalam setiap fase tersebut, perusahaan mengupayakan untuk adanya inovasi-inovasi terbaru yang dilakukan agar program dapat terus berjalan. Hal tersebut dilakukan dengan cara adanya komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan terhadap masyarakat binaan mengenai rencana-rencana yang akan dilakukan. Dengan adanya roadmap yang diciptakan sebagai panduan dalam pelaksanaan program *Community Development* yang dilakukan seperti pada Tabel 3.2 pada Temuan, dapat mempermudah perusahaan dalam mencapai target yang diinginkan. Disamping itu, roadmap yang telah diciptakan tidak serta merta berjalan sesuai dengan panduan yang telah ditetapkan, dalam program Taman Budaya Suralaya terdapat sedikit perubahan karena pada tahun 2020 terjadi Pandemi Covid-19 sehingga beberapa kegiatan tahapan Pengembangan lebih lama untuk direalisasikan karena adanya pembatasan sosial, namun seiring menurunnya angka covid-19, perusahaan kembali melakukan program sesuai dengan roadmap yang ada dengan menaati segala protokol kesehatan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dengan adanya Pandemi yang melanda tersebut, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU lebih banyak memberikan pelatihan mengenai kesehatan lingkungan kepada masyarakat binaan sehingga masyarakat dapat diberikan kegiatan edukasi kesehatan yang mana hal tersebut diluar dari rencana awal pada roadmap. Berikut realisasi *roadmap* Program Taman Budaya Suralaya:

<b>Strategi</b>	<b>Tahun</b>	<b>Tahapan</b>	<b>Kegiatan</b>
1. <i>Social Mapping</i>	2018	Perintisan	1. Pembuatan taman Kehati 2. Penghijauan Ecopark



<ul style="list-style-type: none"> <li>2. Kerjasama dengan <i>Stakeholder</i></li> <li>3. Pendekatan</li> <li>4. Pemberian Infrastruktur</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>3. Edukasi lingkungan terhadap generasi muda</li> <li>4. Sosialisasi pengelolaan sampah</li> <li>5. Pengadaan tempat sampah di area Ecopark Suralaya</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Social Mapping</i></li> <li>2. Pendekatan melalui FGD</li> <li>3. Pemberian Infrastruktur</li> </ul>	2019	Penguatan	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Mapping kelompok Kesenian</li> <li>2. FGD pembentukan kelompok UMKM</li> <li>3. Penyediaan sarana dan prasarana kelompok</li> <li>4. Pembangunan sanggar seni</li> <li>5. Penyediaan seragam</li> <li>6. Sosialisasi dan penyebarluasan kesenian</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Pelatihan</li> <li>2. Infrastruktur</li> </ul>	2020	Pengembangan (Terhenti sementara karena pandemi covid-19, digantikan dengan pelatihan pelestarian lingkungan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Pelatihan edukasi lingkungan</li> <li>2. Pelatihan pembuatan <i>Ecobrick</i></li> <li>3. Pelatihan penanaman TOGA, Komposting, dan Hidroponik</li> <li>4. Penyediaan tempat cuci tangan</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Kerjasama dengan <i>stakeholder</i></li> <li>2. Pelatihan</li> </ul>	2021	Pengembangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Pelatihan kewirausahaan untuk kelompok UMKM</li> <li>2. Pentas Kesenian Bandrong</li> <li>3. Penyediaan alat musik bandrong</li> <li>4. Pelatihan sistem tiket pada ecopark</li> <li>5. Pelatihan wisata edukasi</li> <li>6. Pelatihan <i>capacity building</i></li> </ul>

1. Kerjasama dengan <i>stakeholder</i> 2. Pelatihan	2022	Exit Strategy	1. Pelatihan keamanan pangan 2. Pelatihan pemasaran untuk kelompok UMKM
Pelatihan kemandirian	2023	Mandiri	1. Pentas Kesenian Bandrong 2. Peningkatan dan perluasan pasar kesenian bandrong 3. Kegiatan berjualan UMKM

**Tabel 3.4 Realisasi Roadmap Program Taman Budaya Suralaya**

Kini di tahun 2023, program Taman Budaya Suralaya sudah memasuki pada tahapan Mandiri. Hal tersebut terlihat dari adanya peningkatan potensi pada masyarakat binaan yang sudah dapat memanfaatkan dengan baik segala fasilitas, infrastruktur, dan pengalaman dalam pelatihan yang telah diberikan oleh perusahaan dengan melakukan kegiatan berjualan berdasarkan dengan pengetahuan-pengetahuan yang telah didapatkan ketika mengikuti pelatihan yang diberikan, dan pada masyarakat kelompok bandrong telah sering melakukan pementasan dengan adanya bantuan dalam perluasan pasar kesenian bandrong. Sejalan dengan hal tersebut, masyarakat binaan dapat memiliki pendapatan yang stabil setiap harinya dengan adanya kegiatan berjualan dan pentas tari bandrong. Pada tahapan Mandiri ini, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU dengan perlahan mengurangi kontak dengan masyarakat binaan dan membiarkan masyarakat binaan untuk secara mandiri melakukan kegiatan dengan bekal berupa infrastruktur dan pelatihan yang telah diberikan. Dengan begitu masyarakat telah dapat memanfaatkan segala potensi yang mereka miliki dengan secara optimal untuk meningkatkan taraf hidup mereka dengan memanfaatkan dengan baik pengetahuan yang diberikan saat pelatihan maupun infrastruktur yang telah disediakan oleh perusahaan.

**2. Pendekatan melalui *Forum Group Discussion, Key Person, dan Person To Person* dalam memahami harapan komuniti dan stakeholder**

Dalam hal ini perusahaan harus mampu menyadari apabila masyarakat menyimpan keinginan yang berlainan dengan pemangku kepentingan sehingga mampu menyokong dalam memprediksi serta

menganalisis terjadinya konflik dan tujuan lainnya secara menyeluruh. Serta, perusahaan dapat menciptakan program dari tujuan umum masyarakat mampu menolong perusahaan serta masyarakat dalam mengembangkan keberdayaan, menumbuhkan keyakinan, keterbukaan dan mendeskripsikan maksud dan target secara serempak (Achmad W, 2022:34). Dengan begitu, hal yang dilakukan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU dalam mencapai maksud tersebut yaitu dengan melakukannya wawancara yang merupakan salah satu bagian dari proses *social mapping*. Dalam mengetahui keinginan dan harapan masyarakat, wawancara dilakukan dengan cara *person to person* untuk mendapatkan hasil yang lebih rinci dengan pertanyaan seputar keinginan, kebutuhan, dan harapan masyarakat. Selain itu, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU turut melakukan wawancara dengan *key person* seperti Lurah, RT, RW, dan kepala dinas. Selain melalui proses wawancara, dalam mencari tahu segala kebutuhan masyarakat maka PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU turut bergabung dalam kegiatan musrenbang mulai dari kelurahan, kecamatan, hingga sampai kota. Selain mencari tahu melalui wawancara dengan *person to person* dan *key person*, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU turut melaksanakan FGD (*Forum Group Discussion*) dengan masyarakat suralaya guna membahas dan berdiskusi secara bersama-sama mengenai masalah, keinginan, harapan, dan potensi masyarakat untuk nantinya ditentukannya tujuan dan *goal* program.

Berdasarkan temuan, dalam wawancara yang dilakukan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU dengan masyarakat binaan Taman Budaya Suralaya secara *person to person*, mayoritas masyarakat binaan menginginkan adanya dukungan dalam meningkatkan potensi yang mereka miliki seperti keinginan dalam meningkatkan pendapatan dari berjualan dan melakukan penampilan bandrong seperti diberikan pelatihan maupun infrastruktur yang memadai. Dengan begitu PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU melihat hal tersebut merupakan sebuah kebutuhan dalam upaya mensejahterakan masyarakat binaan sehingga kebutuhan-kebutuhan tersebut sudah pasti akan diberikan kepada masyarakat binaan Program Taman Budaya Suralaya. Dengan adanya wawancara yang dilakukan tersebut perusahaan maka dapat memfilterisasi apa saja kebutuhan-kebutuhan yang memang diperlukan untuk

mendukung masyarakat untuk menjadi lebih maju, dan hal-hal apa saja yang hanya menjadi sebatas keinginan semata.

### **3. Menciptakan kerjasama dengan beberapa *Stakeholder* pada Program Taman Budaya Suralaya guna menciptakan masyarakat yang mandiri**

Menurut Rudito dan Budimanta (dalam Achmad W, 2022:34) *Community development* yang dilakukan harus dapat menghasilkan keuntungan dan diberikannya sokongan dari perusahaan apabila *community development* mengikutsertakan para pemangku kepentingan ke dalam perusahaan. Seperti *senior manager*, karyawan bagian lingkungan, bagian operasi, bagian sumber daya manusia, bagian *Public Relations* dan organisasi karyawan yang mana seluruhnya mampu memberikan manfaat pada program *community development* yang kokoh. Dengan begitu, dalam program Taman Budaya Suralaya perusahaan melakukan kerjasama dengan berbagai macam pihak. Berdasarkan dengan Tabel 3.3 pada bagian Temuan, dalam program Taman Budaya Suralaya perusahaan melakukan kerjasama dengan pihak pemerintahan yaitu pada dinas kebudayaan dalam membuat sertifikat keaslian Bandrong kota Cilegon dan pendalaman mengenai kesenian Bandrong, dengan pihak Akademisi terutama SD di daerah Suralaya untuk melakukan edukasi mengenai tarian Bandrong, dengan Dinas Pangan untuk melakukan pelatihan keamanan pangan, dengan Pusat Kewirausahaan dan Klinik UMKM (PWIKU) Kota Cilegon untuk pelatihan kewirausahaan, dengan beberapa Sektor Swasta dalam merancang infrastruktur pada Ecopark, dengan Masyarakat Sipil terutama dengan Kelompok Bandrong se-Suralaya dan Kelompok Pedagang Ecopark sebagai masyarakat binaan yang tergabung dalam program *community development* Taman Budaya Suralaya, dan dengan Media Radar Banten sebagai publikasi mengenai Ecopark. Kerjasama-kerjasama tersebut dilakukan dengan adanya MOU (*Memorandum of Understanding*) atau kesepakatan antara kedua belah pihak yang sifatnya formal dengan adanya dokumen, dengan MOU tersebut maka terciptanya perjanjian kerjasama dan kedua belah pihak dapat berkontribusi secara bersama-sama.

### **4. Memberikan pelatihan dan infrastruktur guna meningkatkan potensi masyarakat binaan Taman Budaya Suralaya**

#### **a. Pelatihan**

Dalam hal ini, untuk memanfaatkan potensi dasar yang telah dimiliki masyarakat Taman Budaya Suralaya seperti berjualan dan tampil tarian bandrong maka, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memberikan jalan dalam meningkatkan dan mengembangkan potensi yang dimiliki tersebut dengan diberikannya pelatihan-pelatihan yang beragam.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu yakni dalam mengembangkan program Community Development melalui program Mitra Binaan Omah Kreteg Anggana, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memberikan pelatihan dengan konsep *Triple Bottom Line*, melakukan pelatihan, pengurusan izin, inovasi, dan memperbesar penjualan (Fahrudin et al., 2021). Mendukung penelitian terdahulu, pada program Taman Budaya Suralaya, terdapat pula penerapan konsep *Triple Bottom Line*, pelatihan, pengurusan izin, peningkatan inovasi, dan memperbesar pasar tarian bandrong. Namun, pelatihan yang diberikan bukan hanya pelatihan dalam meningkatkan potensi saja, melainkan terdapat pelatihan kemandirian dan pelatihan mengelola lingkungan.

Berikut beberapa pelatihan yang diberikan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU kepada masyarakat Taman Budaya Suralaya, yaitu:

1. Pelatihan Kewirausahaan bagi UMKM Kelompok Amboja

Dengan melakukan kerjasama dengan Pusat Kewirausahaan dan Klinik UMKM (PWIKU) Kota Cilegon, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memberikan pelatihan UMKM bagi Kelompok Amboja agar dapat berwirausaha dengan lebih baik seperti pelatihan dalam pembukuan sehingga nantinya dapat mengetahui perkembangan dan kondisi penjualannya yang meliputi untung dan ruginya.

2. Pelatihan Keamanan Pangan bagi Kelompok Amboja

Pada kelompok amboja, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU turut memberikan pelatihan keamanan pangan untuk PIRT atau sertifikat izin Pangan Industri Rumah Tangga yang dapat mempermudah masyarakat kelompok amboja mengenai legalitas apabila nantinya akan menciptakan makanan kemasan.

3. Pelatihan Pembuatan *Ecobrick*

Kelompok amboja turut diberikan pelatihan pembuatan *Ecobrick* atau pengelolaan sampah plastik yang berasal dari tempat mereka berjualan

yang kemudian dibuat menjadi meja sehingga masyarakat binaan dapat secara langsung bertanggung jawab atas sampah-sampah yang ada di area *Ecopark*.

4. Pelatihan Kemandirian pada Kelompok Bandrong

Dengan adanya kelompok bandrong dalam area *Ecopark*, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU mendorong kelompok bandrong dalam perlahan menyalurkan potensi yang dimiliki dengan melakukan latihan dan memberikan kemampuan dalam menari kepada para masyarakat luar yang berkunjung ke *ecopark* dengan tujuan untuk mempelajari tarian bandrong.

5. Pelatihan Edukasi Lingkungan

Masyarakat binaan program Taman Budaya Suralaya diberikan pelatihan edukasi lingkungan dan sosialisasi pengelolaan sampah yang baik mengingat pada *Ecopark* terdapat taman Kehati yang berisi tanaman-tanaman endemik yang hanya hidup di daerah Banten dan terdapat banyak pepohonan serta sering dikunjungi oleh banyak masyarakat pendatang sehingga masyarakat binaan dapat menjadi salah satu agen perubahan lingkungan yang menjadi contoh bagi para masyarakat pendatang untuk tetap menjaga lingkungan *Ecopark*.

6. Pelatihan Penanaman TOGA

Kelompok Amboja yang berisi ibu-ibu diberikan pelatihan manajemen lingkungan berupa kegiatan komposting, hidroponik, dan penanaman TOGA atau jenis-jenis tanaman yang sering dimanfaatkan sebagai obat tradisional guna menambah kemampuan dan memberikan bekal bagi masyarakat binaan kelompok Amboja dalam melestarikan lingkungan.

7. Pelatihan Sistem Tiket pada *Ecopark*

PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memberikan kepercayaan kepada masyarakat binaan program Taman Budaya Suralaya dalam mengelola sistem tiket masuk *Ecopark* yang nantinya akan digunakan sebagai pengelolaan lingkungan, serta kembali untuk masyarakatnya sehingga masyarakat binaan dapat terjun langsung dan belajar untuk mengelola pendapatan yang ada.

8. Pelatihan Kemandirian dengan adanya Wisata Edukasi

Masyarakat binaan yang telah diberikan edukasi lingkungan ikut memberikan bimbingan terkait wisata edukasi kepada para pendatang tersebut dengan di bawah pengawasan PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU mengingat pada Ecopark terdapat taman Kehati yang menjadi daya tarik masyarakat luar terutama siswa SD dan SMP untuk melakukan wisata edukasi mengenai tanaman-tanaman endemik yang hanya tumbuh pada daerah Banten.

9. Pelatihan *Capacity Building* untuk meningkatkan kemandirian

Sebagai bentuk dalam memandirikan masyarakat binaan Program Taman Budaya Suralaya, PT. PLN Indonesia Power Suralaya memberikan pelatihan menjadi ketua bagi masyarakat yang ditunjuk sebagai *Local Hero* dalam kelompok yang nantinya dapat melindungi, memberikan cara, dan mengantisipasi terjadinya diskriminasi dan dominasi antar masyarakat. Maka, apabila nantinya terjadi masalah dalam kelompok, masyarakat binaan dapat menyelesaikannya sendiri tanpa melibatkan pihak perusahaan.

**b. Infrastruktur**

Dalam mendukung potensi yang dimiliki oleh masyarakat binaan, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU selaku penyelenggara kegiatan *Community Development* memberikan infrastruktur-infrastruktur yang dapat membantu kelompok amboja dan kelompok bandrong dalam meningkatkan kemandiriannya. Berikut infrastruktur-infrastruktur yang diberikan:

1. Infrastruktur pertama yang diberikan berupa ruang terbuka hijau seluas 1,5 hektar yang diberi nama Ecopark dan berlokasi di Kelurahan Suralaya yang dilengkapi dengan pelestarian lingkungan seperti ditanami berbagai macam pohon, tempat sampah, dan taman kahati, serta ecopark diperuntukan juga sebagai tempat masyarakat binaan melakukan kegiatan berjualan dan latihan bandrong. Selain itu, ecopark dapat dimanfaatkan sebagai kepentingan publik dengan adanya fasilitas-fasilitas lainnya yang diberikan seperti lintasan *jogging track*, lapangan tenis, dan taman kahati.
2. Infrastruktur lainnya yang diberikan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU guna mendukung kelompok amboja dalam melakukan kegiatan berjualan maka diciptakannya sebuah foodcourt yang dilengkapi dengan fasilitas pendukung lainnya seperti seperti gerobak, meja makan,

kursi makan, dan etalase untuk berjualan. Kemudian dalam mendukung dan melestarikan budaya bandrong suralaya melalui kelompok bandrong, maka dibuatkannya sanggar seni yang terbuat dari kayu yang nantinya dapat digunakan oleh kelompok bandrong untuk melakukan latihan dan untuk beristirahat. Selain itu, saung tersebut juga dapat digunakan sebagai tempat penyimpanan alat musik dan seragam tari yang juga diberikan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU untuk mendukung penampilan bandrong ketika akan tampil.

3. Selain infrastruktur pendukung lainnya, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU tetap memperhatikan infrastruktur apa saja yang diperlukan di Ecopark dan disesuaikan dengan keadaan. Seperti masa pandemi covid-19 terjadi, maka diberikan infrastruktur tambahan dalam mendukung masyarakat untuk menjaga kebersihan dan menaati protokol kesehatan seperti tempat cuci tangan, sabun, masker, hand sanitizer, dan papan himbauan covid-19.

Dengan adanya infrastruktur yang diberikan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU kepada masyarakat binaan, maka dapat digunakan sebagai pendukung potensi yang dimiliki oleh masyarakat sehingga nantinya infrastruktur tersebut dapat digunakan secara terus-menerus dalam melakukan kegiatan berjualan dan melakukan latihan bandrong yang nantinya dapat meningkatkan pendapatan per harinya dan terciptanya masyarakat yang mandiri.

### **3. Analisis SWOT berdasarkan Strategi *Community Development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU Pada Program Taman Budaya Suralaya**

#### **1. Kekuatan (*Strength*)**

- a. Perencanaan *community development* yang detail melalui *social mapping* dan *roadmap*
- b. Diberikannya pelatihan-pelatihan yang sesuai dengan potensi yang dimiliki masyarakat binaan
- c. Diberikannya infrastruktur yang memadai dan sesuai untuk mendukung masyarakat binaan berjualan dan melakukan penampilan bandrong
- d. Program Taman Budaya Suralaya meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat binaan



## **2. Kelemahan (*Weakness*)**

- a. Kurangnya melakukan promosi program Taman Budaya Suralaya pada *instagram* PT. PLN Indonesia Power Suralaya maupun sosial media lainnya
- b. Kurang memberikan rekomendasi kepada kelompok Amboja mengenai makanan maupun minuman yang dijual sehingga kurang bervariasi

## **3. Peluang (*Opportunity*)**

- a. Adanya kerjasama dengan para stakeholder sehingga dapat memperkuat program Taman Budaya Suralaya untuk mencapai target yang diinginkan
- b. Menciptakan program yang melibatkan kebudayaan cilegon yaitu bandrong sehingga dapat menjadi program yang menarik
- c. Adanya berbagai macam pelatihan dalam berdagang dan melestarikan kebudayaan kota Cilegon sehingga potensi masyarakat dapat terus dikembangkan
- d. Menciptakan tempat yang strategis membuat banyak menarik masyarakat untuk datang sehingga secara tidak langsung dapat melariskan jualan kelompok Amboja dan dapat melihat pertunjukan bandrong ketika sedang latihan

## **4. Ancaman (*Threats*)**

Karena baru pertama kali menciptakan program yang berkaitan dengan budaya maka, belum adanya strategi untuk menghadapi penurunan ketertarikan masyarakat luar terhadap tari tradisional Bandrong dan apabila terjadinya persaingan dalam berjualan pada kelompok Amboja.

## **BAB IV PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Strategi *Community Development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU pada Program Taman Budaya Suralaya” maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Dalam pelaksanaan program Taman Budaya Suralaya sebagai bentuk CSR melalui pengembangan masyarakat, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU menerapkan konsep *Triple Bottom Line*, dengan penjelasan sebagai berikut: 1) *People*, mengajak masyarakat daerah suralaya untuk bergabung dalam program yang terbagi pada kelompok Bandrong yang diberikan infrastruktur dan akses untuk menunjang potensi dalam melestarikan budaya lokal dan kelompok Amboja yang diberikan infrastruktur dan pelatihan dalam berdagang. 2) *Planet*, menciptakan ecopark sebagai ruang terbuka hijau dengan menanam pohon sebanyak 3.439, membuat taman Kahati yang berisi tanaman endemik untuk dijadikan sebagai wisata edukasi, dan memanfaatkan FABA dalam pembuatan fasilitas-fasilitas yang ada pada ecopark. Serta, memberikan pelatihan serta edukasi lingkungan kepada masyarakat binaan berupa penanaman TOGA dan pengolahan limbah sampah yang berasal dari tempat mereka berjualan. 3) *Profit*, keuntungan yang didapat oleh kelompok Bandrong dan kelompok Amboja berasal dari hasil mereka tampil bandrong dan berjualan yang kemudian nantinya diputar kembali untuk modal. Pada perusahaan keuntungan yang didapat bukan berupa materi melainkan terciptanya citra yang baik dan program Taman Budaya Suralaya yang tetap berkelanjutan.

Setelah melakukan upaya dan tahapan-tahapan sebelum menciptakan strategi *community development* maka, terbentuklah strategi *community development* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU pada program Taman Budaya Suralaya sebagai berikut:

1. Pembuatan *Social Mapping* dan *Roadmap* dalam menentukan sasaran dan target Program Taman Budaya Suralaya
  - a. *Social Mapping*

Dalam program Taman Budaya Suralaya *social mapping* diawali dengan dilakukannya pemetaan secara garis besar pada seluruh wilayah Kelurahan Suralaya. Dari *Social Mapping* secara keseluruhan Kelurahan Suralaya tersebut, ditemukan adanya potensi dalam bidang Sosial dan Budaya berdasarkan adanya

modal sosial warga suralaya yang cukup tinggi sebesar 75% pada adanya tingkat kekompakan dan toleransi pada masyarakat sehingga memberikan adanya peluang pengembangan dalam memberdayakan kelompok. Selain itu, dengan adanya ketersediaan ruang terbuka hijau dan kebutuhan terhadap ruang terbuka hijau di suralaya maka dibentuklah Taman Budaya Suralaya yang berada di Ecopark. Dengan adanya potensi Bandrong pada kelompok Bandrong di masyarakat Suralaya namun masih minimnya pengetahuan kelompok bandrong dalam meningkatkan potensi yang dimiliki maka menjadikan pula sebuah dasar adanya taman budaya yang berisi mengenai adanya pertunjukan seni bandrong dan edukasi para pelajar mengenai budaya dan lingkungan. Kemudian, dilihat dari gambaran sosial masyarakat Suralaya terdapat masyarakat yang masih berjualan dipinggir jalan dengan pendapatan yang tidak menentu dan tidak terorganisir dengan baik, maka PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU bergerak untuk mengajak masyarakat tersebut berjualan pada daerah Ecopark yang tergabung dalam kelompok Amboja dengan diberikannya infrastruktur dan pelatihan yang dibutuhkan serta dijadikannya sebagai agen dalam perubahan lingkungan.

*b. Roadmap*

Selain melakukan *social mapping* PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU menciptakan pula sebuah *Roadmap* yang setiap programnya ditargetkan akan berjalan kurang lebih selama lima tahun. Pada roadmap yang telah disusun untuk Program Taman Budaya Suralaya terdapat beberapa tingkatan mulai dari perintisan, penguatan, pengembangan, *exit strategy*, dan mandiri. Kini di tahun 2023, program Taman Budaya Suralaya sudah memasuki pada tahapan Mandiri. Hal tersebut terlihat dari adanya peningkatan potensi pada masyarakat binaan yang sudah dapat memanfaatkan dengan baik segala fasilitas, infrastruktur, dan pengalaman dalam pelatihan yang telah diberikan oleh perusahaan dan masyarakat binaan dapat memiliki pendapatan yang stabil setiap harinya dengan adanya kegiatan berjualan dan pentas tari bandrong.

2. Pendekatan melalui *Forum Group Discussion*, *Key Person*, dan *Person To Person* dalam memahami harapan komuniti dan *stakeholder*

Dalam upaya untuk mengetahui keinginan dan harapan masyarakat, wawancara dilakukan dengan cara *person to person* untuk mendapatkan hasil yang lebih rinci. Selain itu, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU turut

melakukan wawancara dengan *key person* seperti Lurah, RT, RW, dan kepala dinas. Serta, turut melaksanakan FGD (*Forum Group Discussion*) dengan masyarakat suralaya guna membahas dan berdiskusi secara bersama-sama mengenai masalah, keinginan, harapan, dan potensi masyarakat untuk nantinya ditentukannya tujuan dan *goal* program. Selain melalui proses wawancara, dalam mencari tahu segala kebutuhan masyarakat maka PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU turut bergabung dalam kegiatan musrenbang mulai dari kelurahan, kecamatan, sampai dengan kota.

3. Menciptakan kerjasama dengan beberapa *Stakeholder* pada Program Taman Budaya Suralaya guna menciptakan masyarakat yang mandiri

Dalam program Taman Budaya Suralaya perusahaan melakukan kerjasama dengan pihak pemerintahan yaitu pada dinas kebudayaan dalam membuat sertifikat keaslian Bandrong kota Cilegon dan pendalaman mengenai kesenian Bandrong, dengan pihak Akademisi terutama SD di daerah Suralaya untuk melakukan edukasi mengenai tarian Bandrong, dengan Dinas Pangan untuk melakukan pelatihan keamanan pangan, dengan beberapa Sektor Swasta dalam merancang infrastruktur pada Ecopark, dengan Masyarakat Sipil terutama dengan Kelompok Bandrong se-Suralaya dan Kelompok Pedagang Ecopark sebagai masyarakat binaan yang tergabung dalam program *community development* Taman Budaya Suralaya, dan dengan Media Radar Banten sebagai publikasi mengenai Ecopark.

4. Memberikan pelatihan dan infrastruktur guna meningkatkan potensi masyarakat binaan Taman Budaya Suralaya

- a. Pelatihan

Dalam hal ini, untuk memanfaatkan potensi dasar yang telah dimiliki masyarakat Taman Budaya Suralaya seperti berjualan dan tampil tarian bandrong maka, PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU memberikan jalan dalam meningkatkan dan mengembangkan potensi yang dimiliki tersebut dengan diberikannya pelatihan-pelatihan yang beragam. Berikut beberapa pelatihan yang diberikan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU kepada masyarakat Taman Budaya Suralaya, yaitu Pelatihan Kewirausahaan bagi UMKM Kelompok Amboja, Pelatihan Keamanan Pangan bagi Kelompok Amboja, Pelatihan Pembuatan *Ecobrick*, Pelatihan Kemandirian pada Kelompok Bandrong, Pelatihan Edukasi Lingkungan, Pelatihan Penanaman TOGA,

Pelatihan Sistem Tiket pada Ecopark, Pelatihan Kemandirian dengan adanya Wisata Edukasi, dan Pelatihan *Capacity Building* untuk meningkatkan kemandirian.

#### b. Infrastruktur

Infrastruktur yang diberikan oleh PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU guna mendukung kelompok amboja dalam melakukan kegiatan berjualan maka diciptakannya sebuah *foodcourt* yang dilengkapi dengan fasilitas pendukung lainnya seperti seperti gerobak, meja makan, kursi makan, dan etalase untuk berjualan. Kemudian dalam mendukung dan melestarikan budaya bandrong suralaya melalui kelompok bandrong, maka dibuatkannya sanggar seni yang terbuat dari kayu yang nantinya dapat digunakan oleh kelompok bandrong untuk melakukan latihan dan untuk beristirahat.

### **B. Keterbatasan Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti menyadari apabila hasil penelitian masih memiliki beberapa kekurangan dan keterbatasan. Keterbatasan tersebut adalah data yang didapat mengenai kegiatan pada *Roadmap* hanya data secara garis besarnya saja. Selain itu, peneliti tidak dapat mewawancarai lebih banyak masyarakat binaan Taman Budaya Suralaya karena kesibukan dalam pekerjaan yang mereka miliki. Serta, meluasnya pembahasan satu dengan yang lain dikarenakan dalam wawancara yang dilakukan terdapat beberapa pengulangan jawaban mengenai pembahasan yang sama. Dengan begitu, keterbatasan yang ada pada penelitian ini diharapkan nantinya dapat dikembangkan lebih mendalam oleh peneliti berikutnya.

### **C. Saran**

#### 1. Bagi PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU

Berdasarkan hasil penelitian yang telah ditemukan dan dianalisis menggunakan berbagai macam konsep, peneliti menyarankan kepada PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU untuk lebih dapat memberikan dan memperluas kegiatan *community development* dalam program Taman Budaya Suralaya sehingga kemampuan yang dimiliki masyarakat binaan akan bertambah dan tidak monoton. Serta, lebih banyak mempublikasikan program Taman Budaya Suralaya pada sosial media seperti *Instagram* maupun yang lainnya guna

memperkenalkan segala potensi yang dimiliki masyarakat binaan kepada masyarakat luas.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan bagi peneliti selanjutnya dengan tema sejenis mengenai CSR dan *Community Development* untuk dapat lebih maksimal dalam melakukan penelitian seperti ketika mengumpulkan data maupun menganalisis data. Selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan teori dan konsep yang berfokus pada masyarakat penerima *Community Development* sehingga dapat memperluas penelitian dan menghasilkan penelitian yang lebih beragam dan lebih mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Achmad W, W. (2022). *Pengembangan Masyarakat Berbasis Komunitas*. Cipta Media Nusantara.
- Ife, J., & Tesoriero, F. (2008). *Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi: Community Development*. Pustaka Pelajar.
- Iriantara, Y. (2007). *Community Relations: Konsep dan Aplikasinya*. Simbiosis Rekatama Media.
- Manzilati, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. UB Press.
- Mardikanto, T. (2014). *Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*. Alfabeta.
- Mardikanto, T., & Soebianto, P. (2015). *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Alfabeta.
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Prenadamedia Group.
- Poerwanto. (2010). *Corporate Social Responsibility, Menjinakkan Gejolak di Era Pornografi*. Pustaka Pelajar.
- Rochmaniah, A., & Sinduwiatmo, K. (2020). Corporate Sosial Responsibility Dan Community Development. UMSIDA Press. <https://doi.org/10.21070/2020/978-623-6833-77-3>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Suharto, E. (2006). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. PT. Refika Pratama.
- Sunyoto, D., Putri, W. H., & Admojo, T. (2019). *Etika bisnis : membangun kesuksesan bisnis melalui manajemen dan perilaku bisnis yang beretika*.
- Susanto, A. (2009). *Reputation Driven Corporate Social Responsibility Pendekatan Startegic Management Dalam CSR*. Erlangga.
- Wati, L. N. (2019). Model Corporate Social Responsibility (CSR). In *Myria Publisher*. Myria Publisher.
- Zubaedi. (2013). *Pengembangan Masyarakat: Wacana dan Praktik*. Indonesia Kencana.

### Jurnal

- Akbar, U. R., & Humaedi, S. (2020). Peran Csr Dalam Upaya Mengatasi Pandemi Covid-19. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 341. <https://doi.org/10.24198/jppm.v7i2.28874>
- Al-Kautsari, M. M. (2019). Asset-Based Community Development : Strategi Pengembangan Masyarakat. *Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(2), 259. <https://doi.org/10.24235/empower.v4i2.4572>
- Charolinda. (2006). Pengembangan Konsep Community Development Dalam Kerangka Pelaksanaan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Hukum Dan Pembangunan*. <https://doi.org/10.21143/jhp.vol36.no1.296>

- Dharmacahya, B., Padmaningrum, D., & Wibowo, A. (2022). Implementasi Program Corporate Social Responsibility PT. Pertamina Terhadap Pemulihan Bisnis UMKM Binaan Akibat Pandemi Covid-19. *Jurnal KIRANA*, 3(1), 13. <https://doi.org/10.19184/jkrn.v3i1.29082>
- Fahrudin, M. F., Mardiana, S., & Annisarizki, A. (2021). INPOWER-CARE Sebagai Implementasi Community Relations pada PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU (Studi Kasus Program Mitra Binaan Omah Kreteg Anggana). *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 108–115. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.3341>
- Handiwibowo, G. A. (2018). Singkronisasi Aktifitas Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Community Development (Cd) Dalam Konteks Pembangunan Berkelanjutan Di Indonesia. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, 0(5), 111. <https://doi.org/10.12962/j23546026.y2018i5.4430>
- Kurniawan, A. A. (2020). Corporate Social Responsibility and Community Empowerment Program for MSMEs and Informal Sectors Affected by the Covid-19 Pandemic. *International Journal of Innovation Review*, 1(1), 7–14. <https://doi.org/10.52473/ijir.v1i1.5>
- Muliyandi, A. S. (2021). *Upaya Community Development PT. Rapp Estate Logas Dalam Membantu Meningkatkan Kualitas Pendidikan Pada Situasi Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Singingi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Nissak, Z. (2013). *Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif*.
- Saleh, A., & Sihite, M. (2020). Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 98–105. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v4i1.4134>
- Sitorus, S. H., & Hidayat, R. (2020). Berdaya di Era Pandemi: Peran Corporate Social Responsibility dalam Penanggulangan COVID-19. *Journal of Social Development Studies*, 1(2), 37–48.
- Sufyati, H. (2016). Corporate Social Responsibility Dan Pemberdayaan Masyarakat (Studi Komparatif Bank Syariah dan Bank Konvensional). *Indo Islamika*, 06.

## Website

- Bantennews. (2019). *SLA PGU Sabet 2 Penghargaan CSR Citra Award 2019*. Bantennews.Co.Id. <https://www.bantennews.co.id/sla-pgu-sabet-2-penghargaan-csr-citra-award-2019/>
- Hasan, D. (2021). *Peran Penting PLTU Suralaya Menjaga Keandalan Kelistrikan Jamali*. Ruangenergi.Com. <https://www.ruangenergi.com/peran-penting-pltu-suralaya-menjaga-keandalan-kelistrikan-jamali/>
- Silitonga, E. (2022). *PT. Indonesia Power Suralaya Raih Penghargaan Lima Kategori Terbaik di Ajang CCSR Award 2021*. Poskota.Net. <https://poskota.net/2022/02/03/pt-indonesia-power-suralaya-raih-penghargaan-lima-kategori-terbaik-di-ajang-ccsr-award-2021/>
- Ojk.go.id. (n.d.). *Undang-Undang Republik Indonesia*. Ojk.Go.Id. [https://ojk.go.id/Files/box/keuangan-berkelanjutan/UU\\_PT\\_No\\_40\\_tahun\\_2007.pdf](https://ojk.go.id/Files/box/keuangan-berkelanjutan/UU_PT_No_40_tahun_2007.pdf)



## LAMPIRAN

### LAMPIRAN I

Nama : Luthfie Masyhadi  
Jabatan : Junior Officer Community Development  
Waktu : Jumat, 27 Januari 2023. Pukul 09:54  
Tempat : PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU

Keterangan:

P : Peneliti

I : Informan

P : Bagaimana proses ketika akan membuat sebuah konsep program community development?

I : Oke.. jadi kita di perusahaan ini kan berdiri ditengah-tengah masyarakat gitu ya mbak ya, jadi bagaimana perusahaan ini bisa bermanfaat bagi masyarakat dan berbagai program nya. Katakan begini perusahaan itu berartikan orang baru ya, orang baru yang datang di wilayah orang yang sudah lama disekitarnya belum tau kan, mangkanya sebelum melaksanakan program community development ataupun program CSR kita melakukan yang namanya sociality, yang dimana sociality ini kita lakukan, kita bekerja sama dengan pihak luar, pihak yang konsultan yang memang konsen terhadapnya. Yang konsen terhadap kegiatan CSR yang bisa membuat social mapping. Emmm.. dari situ lah kita berangkat untuk membuat suatu program. Di social mapping itu kan ada ini yah eeee.. kalo gasalah tu ada permasalahan yang muncul di lingkungan masyarakat ada hubungannya masyarakat seperti apa ada faktor nya terus ada permasalahan apa. Atau modal fisik, modal sosial dan sebagainya kan gitu ya. Berangkat dari situ muncul lah rekomendasi program. Dari permasalahan yang ada dan lingkungan yang ada kemudian dengan eeee.. kondisi geografis, sosialnya dan sebagainya muncul lah rekomendasi program. Nah dari situ lah rekomendasi program itu yang sudah dilakukan kajian oleh pihak ketiga kami yang kita percaya itu sebagai langkah awal kita dalam melaksanakan program CSR PT. Indonesia Power Suralaya dimana program social mapping ini kita lakukan selama 4 tahun sekali, jadi selama 4 tahun kita lakukan ulang social mapping tapi tiap tahun nya kita update terus. ya update nya kita sendiri. Tapi kalo setelah 4 tahun baru kita ulangi lagi social mapping dari awal lagi. Seperti itu mba.

P : Apakah dalam prosesnya mengikutsertakan masyarakat yang nantinya akan terlibat? Jika iya, bagaimana keterlibatannya?

I : oiya.. tentunya ketika si pihak ketiga tadi, tentunya mereka akan melakukan wawancara ya kepada masyarakat, tokoh masyarakat pemerintah setempat dan sebagiannya ya. Dan itu pasti menjadi bahan dalam pembuatan kajian social mapping yang dimana memang nantinya masyarakat tersebut yang akan menerima manfaat nya kan gitu ya. dikatakan ni katakan eee masyarakat eee contoh nya di wilayah pulomerak ini akses air bersih itu susah.mereka ketika konsultan kita turun kelapangan mereka pasti menyampaikan dong ya. pak air kita ga ada pak. Kan gitu kemudian munculah rekomendasi penyediaan air bersih melalui sumur bor. Katakan seperti itu, kita berikan sumur bor mereka juga menerima manfaat nya. Ya berarti mereka ya ga terlibat dalam pelaksanaannya.

P : Apakah prosesnya sama ketika adanya pandemi covid-19? Jika tidak, apa sajakah perbedaannya?

I : eee.. proses nya sama mbak, cuma perbedaannya adalah ya itu tadi karna ada pembatasan ya. pembatasan ketemu dengan orang dan sebagainya apa lagi pemerintahan setempat, jadi konsultan kita kayaknya di tahun 2019, 2020, 2021 itu kita melakukan social mapping juga tapi ya by telfon. jadi kita telpon ke pemerintah nya konfirmasi pak kondisinya masih kaya gini ga? Oh udah berubah mas. Katakan ya peta aktornya udah berubah nih pak. Oh

udah ga jadi pak RT lagi, udah ganti pak RT nya. Siapa? Ohh udah ganti. Contohnya seperti itu. Jadi yang mana memang bisa temui kita temui. Tapi bagi mereka yang tidak berkenan untuk kita temui kita by telepon. Ada pun kalo ga kita by surat, mereka kemudian minta udah nanti di email aja permohonan data nya seperti apa nanti kita keep kita kirim mereka kirim jadi tidak perlu wawancara. Tidak perlu ketemu karena banyak nya data yang diminta sehingga hanya by email-emailan.

P : Bagaimana proses dalam menentukan rencana tujuan dari program yang akan diciptakan?

I : Hmm oke.. Jadi, katakan tadi dari Social Mapping kemudian munculah rekomendasi, dari contohnya kalo kaya ginian berarti lebih pada pemberdayaan masyarakatnya ya, jadi mungkin rekomendasinya adalah pengembangan ekonomi katakan lah seperti itu, oh berarti ada permasalahan ekonomi disini, kemudian muncul rekomendasi untuk perkembangan ekonomi berbasis pemberdayaan perempuan katakan kaya gitu ya, nah kita di surabaya kemarin juga pernah ada rekomendasi seperti itu kemudian kita kumpulkan ibu-ibunya itu yang mana ibu-ibunya itu memang yang membutuhkan kemudian kita kumpulkan dan kita lakukan FGD bersama masyarakat setempat, pemerintah disini kemudian dengan teman-teman yang lain, kita ngobrol dan kita ajak diskusi bersama pengennya seperti apa, pengen berkegiatan bersama, mengembangkan kegiatan yang dimana nantinya dapat menghasilkan kegiatan ekonominya bagi ibu-ibu, kemudian munculah kegiatan selama 5 tahun yang kita sebut sebagai rencana strategis yang dimulai dari awal hingga sampai goalsnya program seperti apa kan gitu ya, kemudian ya ini mbak kalo kita menentukan tujuannya ya bersama dengan masyarakat setempat sebagaimana mereka yang akan melaksanakan di lapangan dan penerima manfaat dan dibantu juga oleh pemerintah setempat selaku pemangku kepentingan yang ada di wilayah tersebut gitu.

P : Apakah dalam menentukan target sasaran, perusahaan terlebih dahulu mencari tahu apa saja hal-hal yang diperlukan oleh masyarakat? Jika iya, bagaimana prosesnya?

I : Jawabannya sama ya dimulai dari Social Mapping karena sudah mencakup semua informasi yang dibutuhkan seperti kita mau target sasaran seperti apa misalkan, pada permasalahan ekonomi nah kan goalsnya ekonomi kan gitu ya, kalau nggak kita langsung tanya ke masyarakatnya contohnya ketika kemarin mengikuti kegiatan musrenbang di kelurahan, ada musrenbang sampai kota lah, istilahnya lebih pada programnya pemerintah, desa sampai kelurahan itu mau dibawa kemana. Jadi disitu pemerintah eee.. menerima masukan dari perwakilan masyarakat yang mana sebelum sampai ke kelurahan di setiap RT melaksanakan diskusi bersama mengenai apa yang mau dilakukan tahun ini, dan apa saja kebutuhannya disampaikan didalam musrenbang tadi dan kita ikut juga dalam kegiatan musrenbangkel jadi dari situ kita tahu apa saja kebutuhan masyarakat. Mungkin hampir sama dengan social mapping tapi ini jalannya beda-beda aja. Kalo dari sisi perusahaan social mapping, kalo dari sisi pemerintahan ada musrenbang seperti itu.

P : Ketika program community development dilaksanakan, bagaimana upaya yang dilakukan agar dapat menanggulangi masalah yang ada?

I : Oke eee... Permasalahan itu dalam melaksanakan program itu pasti ada ya, itu makanya kita sering melaksanakan yang namanya monitoring berkala, kita mencoba mengantisipasi permasalahan-permasalahan itu sedini mungkin sebelum menjadi besar sedini mungkin kita ketahui dan segera kita selesaikan. Itulah manfaatnya dari adanya monitoring berkala. Jadi kita sering melakukan pertemuan bersama dengan kelompok agar mereka juga sering menyampaikan apa namanya.. unek-uneknya ke kita sehingga permasalahan segera dapat terselesaikan. Intinya dalam menjalankan program kita itu ada kemitraan dalam menjalankannya jadi kita tidak sendiri kita bermitra dari sisi pemerintah ada, perusahaan lain, akademis juga ada, dari sisi media juga ada, dari sisi masyarakat juga ada. Jadi permasalahan-permasalahan yang muncul kemudian kita kerjasamakan dengan pihak-pihak yang sudah bekerjasama dengan kita sehingga permasalahan tersebut lebih mudah untuk

diselesaikan. Contohnya pada produk yang belum ada logo halal maka sebelum menjadi masalah kita minimalisir dengan adanilah mitra kita dari sisi akademis yang akan menguji produk tersebut sehingga dengan begitu kan masalah dapat terselesaikan.

P : Ketika program community development telah berjalan, bagaimana cara agar masyarakat tertarik untuk berpartisipasi pada program yang telah diciptakan?

I : Jadi, kalo kami lebih pada program community development yang kita jalankan itu merupakan program yang dibutuhkan oleh masyarakat, jadi bukan kemudian kita menarik masyarakat agar mereka tertarik dengan program kita tapi program yang memang dibutuhkan. Sekarang mbak, antara butuh dengan tertarik lebih prioritas yang butuh toh, jadi akan dijalankan karena mereka butuh dan belum tentu juga mereka tertarik, jadi konsep pertama yang kita lakukan adalah asas kebutuhan yang memang dibutuhkan oleh masyarakat lebih dari itu baru kita kasih ini loh pak bu hasil dari yang dilakukan dapat imbalan, dapat nilai ekonomi, dan dapat manfaat seperti itu mbak.

P : Apakah terdapat kewajiban tertentu yang diterapkan guna mendapatkan dukungan, kebijakan, sosial dan finansial dari pihak perusahaan sendiri dan juga masyarakat? Jika iya, bagaimanakah itu?

I : Oh iya oke oke.. Jadi kita PT. Indonesia Power kita sebagai perusahaan mempunyai kewajiban dalam menjalankan program CSR yang mana sudah tertuang pada undang-undang pemerintah ya yang mungkin mbak lebih tau, mengacu dari hal tersebut perusahaan membuat suatu kebijakan dari awal PLN kemudian turun ke Indonesia Power dan turun ke unit-unit terdapat surat keputusan direksi ada beberapa yang mengatur tentang kegiatan CSR yang dilakukan di daerah perusahaan kemudian general manager juga membuat kebijakan program CSR yang mengacu dari surat direksi kantor pusat. Dalam setahun itu membuat kebijakannya seperti ini seperti ini.. kemudian anggarannya segini.. untuk melakukan program CSR yang sudah ditanda tangani oleh GM dan juga kantor pusat.

P : Bagaimana upaya yang dilakukan agar program community development yang dilakukan dapat meningkatkan kualitas masyarakat?

I : Oke.. dalam melaksanakan program community development untuk meningkatkan kualitas masyarakat tentunya pertama kita berangkat dari asas kebutuhan masyarakatnya apa, kemudian kita menentukan goalsnya seperti apa. Dalam proses mencapai goals tersebut pasti ada tahapan yang harus dilalui ya dari tahap infrastruktur lah untuk mendukung kegiatan, dari sisi kompetensi, dari sisi kualitas sdm nya lah, kita melakukan pelatihan dsb. Itu yang kita lakukan dalam meningkatkan kualitas program, meningkatkan kualitas masyarakat dari sisi kompetensinya, yang sebelumnya mereka tidak tahu cara mengoperasikan pompa kemudian kita berikan pelatihan, kita berikan pompanya kemudian mereka bisa mengoperasikan pompanya dan menjadi awet, itu juga menjadi proses dalam meningkatkan kualitas masyarakat dalam program CSR.

P : Apakah seluruh sarana dan prasarana yang ada disediakan oleh perusahaan? Jika iya, apa saja?

I : Jadi kalau misalkan kita, dalam mendukung.. yang tadi yah secara infrastruktur, sarana prasarana untuk mendukung kegiatan biasanya kita berikan fasilitas ya sudah itu buat mereka masyarakat. Kalau untuk apa saja ya setiap program beda-beda ya mbak.. dari program TBS itu ada gerobaknya, dari program satyagawa kita dirikan kandang bebek. Kalau program charity kita berikan pompa, dana, beda-beda gitu mbak sesuai dengan kebutuhan.

P : Bagaimana cara agar segala potensi yang ada pada masyarakat dapat dimanfaatkan dengan baik?

I : Jadi ya gitu mbak.. dengan kita sudah melakukan.. lagi lagi balik ke social mapping ya jadi ada modal sosial misal nih modal sosial yang ada di kota surabaya dengan modal sosial yang ada metro, yang satu heterogen yang satu belum tentu. Jadi masyarakat ini sebenarnya modal sosialnya sudah tinggi, modal gotong royongnya lah, lah ini sudah menjadi satu

potensi sendiri gitu loh, wah berarti mereka kalo diajak gotong royong itu mau dan semangat gitu jadi kita coba bikin program yang bareng-bareng gitu, kita menyesuaikan dengan potensi yang ada kemudian kita lakukan sesuai dengan yang ada di potensi tersebut.

P : Bagaimana cara mengatur ataupun mengajak masyarakat untuk lebih memajukan potensi yang dimilikinya? Apakah terdapat kendala? Jika iya, apa saja kendalanya?

I : eee... ini saya lebih banyak ngasih contoh aja ya mbak.. jadi kita itu memberikan pemahaman kepada masyarakat. Contohnya di surabaya itu terdapat sambal kreteg yang enak tapi cuma dibuat di hari hari spesial aja mbak, jadi dengan begitu kita sarankan untuk dijual kemudian kita bantu dan mereka mau kita fasilitasi mulai dari produksinya, alat masak, ijin edar nah selesaikan. untuk kendalanya karena ini di wilayah kota industri yang mana masyarakat itu lebih pada sesuatu yang instan daripada berkegiatan yang hasilnya belum pasti mending saya ikut proyek gitu, banyak yang ingin terlibat dalam perusahaan juga untuk mendapatkan nilai rupiah nah itu tantangannya seperti itu.

P : Bagaimana cara mengoptimalkan perkembangan potensi masyarakat sehingga masyarakat terhindar dari hal-hal yang menghambat?

I : Oke.. Jadi dengan potensi yang dimiliki kemudian dengan hambatan yang ada mungkin potensi dan hambatan sama gitu ya ketika kita bisa meningkatkan potensi kita, hambatan tidak menjadi suatu kendala dalam pelaksanaan program, ya kenapa karena dengan berbagai kegiatan yang kita lakukan, potensi-potensi tuh dapat kita kembangkan dengan lebih pada meningkatkan pelatihannya. Ketika masyarakat sudah pintar memasak tapi tidak tahu cara memasarkannya maka kita bantu dari sisi sdmnya, sarana prasarana, dengan begitu potensi akan lebih tinggi daripada hambatan yang ada gitu.

P : Adakah upaya yang dilakukan dalam memberikan pengetahuan dalam menyelesaikan masalah kepada masyarakat agar dapat menjadi masyarakat yang mandiri?

I : Jadi dalam membuat program itu kita membuat ada namanya STO struktur organisasi mulai dari ketua dan kebawahnya. Dengan adanya STO itu kita berharap bahwa program ini akan mandiri mereka tidak akan bergantung kepada kami. Jadi ketua itu punya peran dan tanggung jawabnya masing-masing dan kita berikan pelatihan cara menjadi ketua, capacity building, pelatihan organisasi, dsb. Dengan begitu kita berharap bahwa dengan kekompakan. dengan pengetahuan, dengan pengalaman tersebut mereka dapat berjalan sendirinya ketika ada permasalahan internal maka sampaikan dulu ke ketua kelompok ketika sudah mentok baru kita dipanggil gitu. Jadi lebih pada pelatihan keorganisasian, kelembagaan yang kita lakukan dalam berupaya memandirikan kelompok.

P : Apakah perusahaan memberikan perlindungan terhadap masyarakat jika nantinya terjadi diskriminasi dan dominasi antar masyarakat?

I : Oke.. ya kita mengantisipasi sebenarnya hal hal seperti karena memang tidak bisa kita pungkiri apalagi di wilayah geografis yang seperti ini ya, di wilayah tuh pasti masyarakat akan terlihat terkotak-kotak yang mengutamakan keluarga, ketika ada program maka mengutamakan keluarganya ketika program sudah jalan akan merasa saya loh yang mengajak kalian ketemu sama orang IP itu yang menjadi permasalahan sehingga, kita membuat antisipasi dengan membuat eee regenerasi jadi kalo kita sebut local hero orang yang menjadi local pride disitu kita percayakan orang itu yang bisa menggerakkan masyarakat, sehingga kadang menjadi lebih ini lah.. maka kita kadang membuat regenerasi local hero juga jadi kita tidak akan mengandalkan orang yang sama, tetap kita andalkan tapi tetap ada orang kedua. Jadi kita membuat regenerasi local hero ya antisipasinya.

P : Apakah terdapat bimbingan atau binaan yang diberikan kepada masyarakat untuk mendorong masyarakat agar menjadi lebih maju? Jika iya, seperti apa?

I : Ya tentunya. Apalagi pada program pengembangan masyarakat gitu ya pasti kita bimbing dong, kita berikan pelatihan tadi ya salah satu bentuk bimbingan yang kita berikan pada mereka ya itu pelatihan. Ya bimbingan itukan beda ya tidak hanya pelatihan sebenarnya ada

juga wejangan atau nasehat. Bimbingan kan bentuknya banyak ada yang melalui pelatihan, nasehat, evaluasi. Ya itu yang mana memang tujuannya untuk meningkatkan masyarakat.

P : Apakah terdapat pengecekan berkala untuk memastikan taraf hidup masyarakat yang diberdayakan? Jika iya, seperti apa?

I : Jadi setiap melaksanakan program kita melaksanakan pengecekan setahun sekali biasanya, kita melakukan salah satunya IKM atau indeks kepuasan masyarakat dimana dari situ yang kita lakukan biasanya dengan pihak akademisi. Yang mana IKM itu berisi tentang bagaimana respon masyarakat terkait program yang sudah dijalankan, jadi kesan pesannya apa sih, apa sih yang didapat dari program ini, kesejahteraan mu bertambah ga sih atau malah tambah ruwet kan gitu ya, dari sisi itu kita biasanya mengukur program kita. Selain itu kita juga melaksanakan kajian SROI juga, jadi untuk melihat bagaimana sih manfaat yang diterima oleh masyarakat dari investasi yang sudah kita berikan apakah nilainya lebih dari satu apa jangan jangan min kan gitu ya.

P : Di masa pandemi covid-19, apa saja kontribusi yang diberikan oleh perusahaan untuk masyarakat sekitar?

I : Jadi, pas pandemi itu seluruh perusahaan itu memang diatur oleh pemerintah juga ya kemudian masyarakat, perusahaan diminta untuk berkontribusi dalam penanganan covid-19, kita sebelum ke arah membantu kita berkoordinasi dengan pihak gugus covid yaitu UPTD Cilegon. Kita berkoordinasi apa saja yang dibutuhkan, dan kita memberikan bantuan terkait sanitasi, hand sanitizer, APD, sembako rutin mbak tiap bulan, dan kita juga punya kamar isolasi mandiri kita kerjasama dengan undiklat PLN.

P : Apakah kontribusi yang diberikan oleh perusahaan memberikan dampak yang baik masyarakat? Jika iya, seperti apa dampaknya?

I : Dampaknya yaa setidaknya kita lebih baik mencegah ya daripada mengobati kan ya jadi yaa dari apa yang sudah kita berikan kita sudah bisa mencegah gitu ya kalo mengobati juga mungkin susah ya. Jadi kita sudah banyak memberikan bantuan ke rumah sakit tuh sudah kita berikan bantuan alat, vaksinasi juga sudah ke masyarakat sampai 26.000 banyak.. kita lakukan di lapangan ecopark depan. Pegawai puskesmas setempat, dan rumah sakit juga kita berikan vaksinasi, terus pelayanan pelayanan daerah kantor kelurahan, kantor desa, kantor kecamatan juga kita kasih vaksinasi.

P : Bagaimana respon atau langkah perusahaan terhadap program community development (TBS) pada masa pandemi covid-19?

I : Jadi karena memang adanya aturan dari pemerintah terkait dengan pembatasan ruang gerak di masa pandemi covid, sehingga beberapa program kita stop dulu jadi terutama pada program yang ada di TBS ini karena memang kegiatannya adalah di pusat keramaian, sebagaimana TBS ini merupakan pemanfaatan ruang terbuka hijau dimana tujuannya untuk meningkatkan kegiatan sosial masyarakat yang ada disana kemudian ada nilai ekonomi dari keramaian yang ada, kemudian ada kegiatan kebudayaan juga yang ada disana, ini sesuatu yang berbanding terbalik dengan adanya pandemi dimana pemerintah mendorong untuk tidak ada kegiatan sama sekali sehingga kegiatan yang seharusnya kita beramai-ramai terpaksa harus diberhentikan sementara untuk mengurangi penyebaran virus covid.

P : Apakah program community development (TBS) sempat diberhentikan untuk sementara? Jika iya, lalu apa solusi yang diberikan oleh perusahaan?

I : Ya jadi memang program ini memang sempat berhenti sementara waktu kita masih menunggu kebijakan dari pemerintah, kemudian ketika kita menunggu waktu itu beberapa bulan sehingga kemudian menunggu sampe akhirnya pemerintah sedikit melonggarkan aturan pembatasan ruang gerak tersebut karena memang berdampak pada kegiatan sosial ekonomi masyarakat, akhirnya pemerintah agak melonggarkan sehingga kita baru berani untuk mulai berkegiatan kembali eee.. khususnya di kegiatan TBS ini, dimana kita memberikan beberapa aturan antara lain tetap menjaga jarak dan memakai masker,

kemudian kita fasilitasi juga di beberapa titik di lapangan ecopark itu, seperti fasilitas cuci tangan, masker, kemudian kita berikan himbauan-himbauan di beberapa titik di sana untuk meningkatkan kewaspadaan masyarakat terkait dengan pandemi covid-19, kemudian juga kita atur jamnya dimana dulunya kegiatan ecopark itu bisa sampe malem kemaren di masa pandemi jam 6 itu harus sudah sepi, itu juga salah satu upaya kita dalam menekan adanya keramaian, mudah-mudahan dengan gitu menjadi satu upaya dalam tetap menjalankan program tapi dengan tetap menjaga protokol kesehatan.

P : Apakah kini di tahun 2023 program TBS masih berjalan? Jika iya, bagaimana kini perkembangannya? Jika tidak, apa alasan diberhentikannya?

I : Jadi program TBS ini posisinya masih berjalan sebenarnya sesuai dengan rencana yang sudah kita rencanakan, jadi program ini fokus pada pengembangan yang ada di lapangan ecopark itu sendiri, dimana juga ada beberapa kendala salah satunya adalah turunnya minat dari masyarakat luar terkait dengan budaya sehingga eee.. seni budaya bandrong sekarang sudah jarang lagi diminati dan sudah jarang tampil karena memang tidak ada lagi yang manggil seperti itu.. jadi itu beberapa kendala yang memang perlu kita selesaikan segera, kita sudah merencanakan juga, jadi dulu memang sudah kita coba merencanakan kita schedule kan juga bahwasanya nantinya akan kita buat semacam bazar gitu di lapangan ecopark itu nanti ada beberapa penampilan dari bandrong sebagai salah satu upaya dalam memulai memperkenalkan kembali kegiatan bandrong yang menjadi budaya lokal di kota cilegon ini, sehingga masyarakat mulai tergugah kembali dengan adanya budaya yang ada di kota cilegon. Terkait dengan kegiatan ibu-ibu jualan masih berjalan tapi memang beberapa kendala juga tetap kita dapati ada kendala internal ya namanya ibu-ibu ya kadang iri-irian lah dsb. Salah satu permasalahannya itu produk yang mereka jual itu samaan gitu loh.. jadi dulu itu kita semacam akan membuat foodcourt tapi ibu-ibunya masih belum mau sehingga rencana tersebut harus mundur lagi mungkin di tahun ini atau tahun depan akan kita coba merencanakan kembali, karena memang merubah pola pikir itu memang susah ya karena masyarakat apalagi terutama ibu-ibu agak susah, mudah-mudahan dengan komitmen kami dalam melaksanakan program CSR ini kegiatan eee... perkembangan di sisi ibu-ibunya tetap berjalan dan upaya kami dalam meningkatkan minat budaya di kota cilegon pun dapat kita laksanakan di tahun 2023-2024 ini.

P : Apakah terdapat perubahan kebijakan terhadap pelaksanaan program community development terutama di program TBS di masa pandemi?

I : Ya tentunya ada beberapa kebijakan yang kita rubah ya mbak tadi sudah disampaikan di depan, ada beberapa kebijakan khususnya terkait dengan pembatasan ruang gerak ya karena memang tadi awalnya adalah kita memanfaatkan keramaian yang ada di taman ecopark, kemudian kita adakan kegiatan jualan dan kegiatan seni budaya, berbanding kebalik dengan pandemi covid yang memang harus ada pembatasan ruang gerak sehingga kebijakan tersebut harus kita rubah untuk lebih mendukung pembatasan covid-19.

P : Bagaimana cara perusahaan menyesuaikan program TBS di tengah situasi pandemi yang melanda hingga dapat meraih penghargaan? Apakah terdapat kendala? Jika iya, apa saja?

I : Ya jadi.. eee... kami dari perusahaan ini melaksanakan program TBS ini merupakan program yang unik ya jarang perusahaan yang konsen pada kegiatan seni budaya meningkatkan seni masyarakat, sehingga kami di sorot waktu itu dengan apa yang sudah kami lakukan walaupun di masa pandemi kami memang menyesuaikan ya kondisinya sehingga ada kendala khususnya pada pembatasan pertemuan, sehingga itu menjadi salah satu kendala yang terjadi, tapi memang ada beberapa upaya yang sudah kami laksanakan dalam meningkatkan program yang ada di TBS ini salah satunya kita melaksanakan tampil bandrong di internal perusahaan dan diundang kalo ada event, terus ada juga kita bawa promosikan program-program ini melalui video, kita tampil kita ambil videonya kita sosialisasikan bahwasanya program ini masih program yang perlu kita angkat budaya

bandrong ini memang budaya yang perlu kita kenal, bahwasanya kota cilegon ini mempunyai budaya yang sangat bagus. Tapi sebelumnya juga sudah pernah dapat penghargaan sebelum pandemi mbak di 2019, dan 2021 Alhamdulillah dapat lagi.

P : Apakah sebelum menentukan sasaran target perusahaan telah mengidentifikasi terlebih dahulu potensi-potensi yang dimiliki oleh masyarakat? Jika iya, bagaimana cara mengidentifikasinya?

I : Ya oke mbak.. sasaran target ya tadi mbak memang dari social mapping ya, yang dimana di social mapping tersebut terdapat masalah, potensi-potensi, sehingga dari masalah dan potensi kita bikin program untuk meningkatkan potensi yang ada dan untuk menyelesaikan masalah yang ada, selesai.

P : Bagaimana cara perusahaan mencari tahu mengenai apa saja yang diinginkan atau harapan masyarakat?

I : Ya itu, lagi-lagi dari social mapping tadi, ketika kita melakukan social mapping tadi kan itu ada proses wawancara juga sama seperti kita ini, jadi konsultan kita itu tidak serta merta kemudian langsung ngambil data ini, itu nggak. Tapi dia person to person, dia datang ke masyarakat langsung melaksanakan wawancara, kamu pengennya seperti apa? masyarakat sini tuh pengennya seperti apa sih pak? gitu. Selain itu juga kita ikut serta dalam kegiatan musrenbang, musrenbang kecamatan kelurahan, dimana disitu juga eee.. keinginan dan kebutuhan masyarakat disampaikan, seperti itu.

P : Dari hasil wawancara dengan masyarakat binaan TBS, mayoritas keinginan masyarakatnya apa saja ya mas?

I : Kalo mayoritas sih inginnya dibantu oleh perusahaan biar bisa ningkatin hidupnya lah. Kaya pengen ada ikut pelatihan, pengen jualannya laku biar pendapatannya ningkat, pengen dibantu juga dengan potensi bandrong yang dimiliki gitu mbak, infrastruktur juga mbak. Ya jadi berdasarkan itu kita dukung sesuai dengan kebutuhan ya mbak.

P : Apakah nantinya keinginan masyarakat tersebut langsung akan dijadikan sebuah program community development? Jika iya, apa alasannya?

I : Jadi tentunya kita sesuaikan juga, tidak serta merta apa yang dibutuhkan, apa yang diinginkan, apalagi jika hanya sebatas keinginan. Kita lebih berdasar pada kebutuhan, kalau keinginan tapi bukan kebutuhan akan kita stop dulu. Kita akan tetap memprioritaskan kebutuhan jadi kita tetap memfilter apa saja yang disampaikan dalam rekomendasi itu, apakah benar ini menjadi salah satu rekomendasi, apakah benar ini kebutuhan masyarakat, apa hanya sebatas pengennya saja tapi nilai efeknya tidak begitu bagus nilainya, kecuali itu adalah keinginan yang memang bernilai positif dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat ya gak masalah. Kalau hanya ingin saja tok dan tidak ada nilai positifnya ya kita cut dulu, kita masih ada filterisasi lah disitu.

P : Apakah program community development yang dilakukan, mengikutsertakan para pemangku kepentingan lainnya untuk ikut serta berkontribusi? Jika iya, bagaimana cara perusahaan melakukannya?

I : Yaa itu tadi yang sudah saya sampaikan di depan. Jadi permasalahan masyarakat itu tidak serta merta adalah tanggung jawab perusahaan. Pemerintah juga punya andil dalam menyelesaikan masalah yang ada, nah jadi jangan kemudian kebalik ya, ada masalah nih pemerintah malah melemparnya ke perusahaan, kan kebalik seharusnya kan itu masyarakat mu ya selesaikan juga lah itu kan tugas mu juga ya, bukan kemudian tugas kami. Dengan gitu maka munculah eee sistem kemitraan, pola kemitraan kerja. Jadi agar permasalahan yang ada di masyarakat itu bisa terselesaikan dengan baik, pemerintah bersama dengan perusahaan bekerja sama untuk lebih meningkatkan kualitas dari program yang berjalan, tidak sebatas dari pemerintah setempat ataupun perusahaan saja, tapi kemudian berkembang mulai dari perusahaan lain juga, misalkan dari perusahaan sebelah itu juga ikut serta, dari institusi pendidikan, dari universitas, dari sekolah-sekolah, kemudian dari sisi media, dari

sisi NGO, dari lembaga-lembaga masyarakat yang lain. Itu juga kita laksanakan sangat terbuka. Jadi, dalam melaksanakan program khususnya di pemberdayaan masyarakat kami di IP mensistemkan lah, bahwasanya program yang kita laksanakan ini harus mempunyai pola kemitraan kelima itu, dari pemerintah, perusahaan lain, media, institusi pendidikan ya sama dari lembaga masyarakat.

P : Apakah kerjasama yang diciptakan antar stakeholder untuk mempromosikan program community development menghasilkan sebuah keuntungan? Jika iya, keuntungan seperti apa yang didapatkan?

I : Ya jadi kerjasama yang kita ciptakan ini dengan kelima pola kemitraan tadi itu memang bahwasanya melaksanakan program itu kita mulai dari perencanaan, implementasi, monitoring. Dari semua proses itu kita laksanakan bersama-sama, harapannya ya sesuai dengan goals yang sudah kita rencanakan 5 tahun kedepan. Bahwasanya mulai dari 0 kita dapat nilai 10 gitu, pastinya kearah keuntungan. Dan keuntungan yang didapatkan untuk masyarakat.

P : Apakah aktivitas CSR dilakukan hanya berdasarkan ketentuan minimal yang sudah ditetapkan oleh pemerintah? Ataukah dilakukan dengan prosedur perusahaan yang sudah lebih tersusun? Jika iya, seperti apa?

I : Kita kolaborasi sih mbak sebenarnya. Jadi, namanya juga melakukan pemetaan ya pasti kan ada yang tercapture dan ada yang tidak tercapture. Kita juga tetap mendengarkan aspirasi dari pemerintah setempat, kebutuhannya seperti apa masyarakatnya, selain itu juga kita melakukan secara independen untuk melaksanakan social mapping tadi. Nah kedua itu kita gabungkan, oh sama, oh ada yang kurang, kita tambahkan baru kita membuat program, membuat kegiatan.

P : Kegiatan CSR seperti apa yang biasanya dilakukan sebagai upaya fokus dalam peningkatan keterampilan masyarakat?

I : Jadi kalo kita lebih ke peningkatan keterampilan yang memang dibutuhkan. Ini ada beberapa contoh ya, misal kita berada di lingkungan industri, keterampilan apa sih sebenarnya yang dibutuhkan oleh masyarakat di wilayah industri. Salah satunya mungkin welder ya atau ngelas, kalo di industri kan ngelas itu satu kompetensi yang memang harus tersertifikasi gitu ya, jadi pernah juga kita lakukan sertifikasi terkait pengelasan, kita juga pernah melakukan kegiatan pelatihan komputer karena memang dibutuhkan di jaman sekarang. Jadi pada intinya adalah keterampilan yang memang dibutuhkan untuk eee istilahnya tuh keterampilan tepat guna lah. Misalkan untuk pemberdayaan masyarakat ya pelatihan pembuatan sambal, itu untuk yang di program ya, kalo yang di luar ya itu tadi yang umum tapi yang tepat guna untuk pekerjaan.

P : Bagaimana cara perusahaan menyuplai segala kebutuhan masyarakat untuk mendukung segala hal yang diperlukan masyarakat? Apakah murni hanya dari perusahaan atau dibantu oleh pemerintah?

I : Biasanya, ini sering terjadi kami biasanya. Jadi karena pemerintah dengan keterbatasan dana nya kemudian kami yang diminta untuk mendukung kebutuhan masyarakat. Jadi kaya misal anggarannya pemerintah mungkin terbatas ya kemudian juga anggaran kita juga tidak unlimited gitu tidak ya, kita juga punya limitnya juga. Tapi mungkin pemerintah ada program-program yang mungkin lebih terlihat ya terus kemudian seringnya adalah kita sendiri tapi tidak menutup kemungkinan di beberapa program itu pemerintah ikut andil dalam bersama-sama memberikan fasilitas kepada masyarakat.

P : Bagaimana perusahaan meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengimplementasian CSR?

I : Ya jadi di awal kita tuh ada yang namanya kegiatan sosialisasi lah yang dilakukan, ada beberapa saluran komunikasi yang kita gunakan melalui kegiatan tatap muka yang rutin kita lakukan setiap satu bulan sekali, ada media komunikasi lewat instagram, ada media lewat tv



wall, ada lewat email dsb. Disitu kita melakukan sosialisasi terkait dengan pentingnya CSR bagi perusahaan, yang mana di awal sudah kita tekankan bahwasanya CSR ini merupakan salah satu pelindung perusahaan dalam melakukan operasi perusahaan. Jadi, istilahnya adalah CSR ini menjadi pelindung perusahaan, ketika CSR berdiri kemudian harus ada yang mengcover di samping-sampingnya itu melalui CSR. Sehingga ketika masyarakat yang di wilayah perusahaan itu sudah mendapatkan nilai manfaat dari perusahaan yang ada melalui program CSR, mereka akan senang. Dengan adanya kesenangan itu, mereka akan melihat sisi positifnya perusahaan. Itu yang memang kita sampaikan pada pegawai bahwasanya pentingnya CSR bagi perusahaan tuh itu.

P : Apakah dalam melakukan aktivitas CSR perusahaan bekerjasama dengan masyarakat dalam memberikan kebutuhan penduduk? Jika iya, kebutuhan seperti apa yang diberikan?

I : Ya tentunya kita bekerja sama ya mbak ya dengan masyarakat. Jadi, kita program CSR ini kita berupaya untuk memberikan pancing daripada memberikan ikannya, istilahnya seperti itu. Jadi bagaimana cara kami dalam menstimulasi masyarakat, kita tidak serta merta memberikan instan kita kasih uang kan nggak, kita kasih pancingnya kamu berproses lah kamu bisa loh dapat uang, kita gak langsung. Jadi dalam melaksanakan program CSR kita tetap membutuhkan penduduk si penerima manfaat itu untuk tetap berproses terlebih dahulu untuk mendapatkan apa yang dia inginkan. Contohnya untuk meningkatkan ekonomi masyarakat, kita kasih lah modal usaha, kita kasih pelatihan, kita kasih fasilitas pendukung untuk mereka berkembang berkegiatan sehingga mereka mendapatkan laba untung dsb. Ketika rumahnya roboh, tanahnya longsor kita kasih material mereka gotong royong, nah itu peran-peran penduduk seperti untuk memenuhi kebutuhan penduduk itu sendiri tapi dengan fasilitas yang kami berikan juga. Jadi tetep harus ada kerjasama antara perusahaan dengan masyarakat

P : Apakah aktivitas CSR yang mengikutsertakan masyarakat di fokuskan pada hasil yang akan didapatkan bagi masyarakat seperti kemajuan pada masyarakatnya? Jika iya, kemajuan apa saja yang terjadi pada masyarakatnya?

I : Ya kalau untuk poin yang ini memang sebenarnya memang tujuannya CSR itu ya. Sehingga dengan adanya CSR yang kita berikan, manfaat yang kita berikan itu dapat berdampak dalam kesejahteraan masyarakat. Contoh kemajuannya katakan lah awalnya mereka belum sejahtera, dengan adanya program CSR kita ya setidaknya ya sebulan dapat tambahan untuk beli-beli bahan masak, itu kan salah satu kemajuan ya.

P : Apakah yang anda ketahui mengenai pemberdayaan masyarakat melalui kepariwisataan atau Community based tourism?

I : Ya jadi setau saya mbak ya, jadi kalo pemberdayaan masyarakat terkait community based tourism itu lebih pada pemberdayaan masyarakat yang mengedepankan sisi budayanya ya lebih pada meningkatkan potensi budaya yang ada pada masyarakat sehingga dapat berkembang menjadi sebuah potensi pada masyarakat dalam eee.. mendapatkan nilai rupiah katakan dalam sisi pemberdayaan masyarakatnya. Mungkin seperti itu.

P : Bagaimana perusahaan menentukan sebuah kebudayaan terutama pada program TBS yang ada sehingga akhirnya ditetapkan sebagai program Community development?

I : Ya jadi karena memang kami berada di kota cilegon, beberapa budaya yang ada disini khususnya yang ada di pulomerak wilayah ring 1 kami, itu masyarakat sering melaksanakan kegiatan bandrong terutama ketika ada hajatan besar, itu merupakan suatu budaya. Dan itu merupakan suatu potensi lokal, budaya lokal yang memang dapat dikembangkan sehingga itu menjadi program pemberdayaan masyarakat yang berlandaskan pada potensi budaya lokal masyarakat khususnya di kota cilegon.

P : Bagaimana upaya yang dilakukan oleh perusahaan agar program yang diciptakan dapat meningkatkan kapasitas, peran dan daya usaha masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan pada masyarakat?

I : Ya jadi kembali lagi ke latar belakang kenapa kami membuat program TBS ini yang berlokasi di lapangan ecopark, bahwasanya awal mula lapangan ecopark di tahun 2018 itu menjadi salah satu ruangan terbuka hijau bagi masyarakat khususnya di kecamatan pulomerak karena memang sejauh kurang lebih 5 kilo mungkin ya dari mulai keluar tol merak sampai disini tuh tidak ada ruang terbuka hijau karena memang pantai, seluas pantai dari sana sampai sini tuh sudah dimanfaatkan menjadi industri, sehingga masyarakat tuh bingung untuk bisa berkegiatan tuh dimana sehingga kita dari perusahaan berinisiasi untuk membuat lapangan tersebut untuk masyarakat berkegiatan di sana mulai dari kegiatan sosial, kegiatan budaya, kemudian ada nilai ekonomi disana, sehingga ya itu tadi peran-peran masyarakat kita memanfaatkan disana adalah salah satunya tetap menjaga kebersihan disana, kemudian kita mengedukasi ibu-ibu ada kurang lebihnya 5 yang berkegiatan jualan disana, kita edukasi peran ibu-ibu ini sebagai eee... agen perubahan perilaku dalam membuang sampah jadi memang identik kalau ada ruang terbuka hijau, masyarakat akan buang sampah sembarangan ya itu kita jadikan agen perubahan untuk merubah pola kebiasaan masyarakat yang ada disana untuk bijak dalam mengolah sampah. Jadi terwujud lah ruang terbuka hijau yang bersih. Dan dengan adanya fasilitas disitu itu menjadi satu potensi di 2019, menjadi suatu lokasi yang strategis ketika kita melaksanakan kegiatan, apalagi itu merupakan kegiatan budaya, bagaimana itu menjadi nilai plus bagi sisi kebudayaan sehingga masyarakat yang berkumpul di ecopark juga mengetahui, masyarakat-masyarakat yang mungkin berasal dari luar cilegon kemudian mereka datang, mereka melihat pentas seni itu, oh ternyata cilegon punya seni bandrong. Jadi itu upaya edukasi dalam melestarikan budaya khas lokal cilegon.

P: Selain itu pembelajaran apa saja mas yang diberikan pada masyarakat binaan yang ada di Ecopark?

I: Jadi di ecopark itu kan ada taman Kehati ya yang isinya tanaman-tanaman endemik yang hanya tumbuh di daerah banten yang mana itu harus terus dilestarikan jadi kita edukasi juga masyarakat disana tentang lingkungan dan sosialisasi sampah. Dalam pembangunan ecopark juga itu mba menggunakan FABA atau limbah batu bara dari IP terus diolah jadi paving block yang kemudian digunakan untuk membuat jogging track, lapangan tenis, dsb itu pakai limbah jadi ada sisi pemanfaatan limbahnya juga disitu.

P : Apakah setiap proses dalam membuat program CBT masyarakat diajak untuk berkontribusi dan diberikan posisi tertentu? Jika iya, seperti apa kontribusinya dan posisi apa yang diberikan?

I : Ya jadi setiap program memang perlu keterlibatan dari masyarakat ya karena memang penerima manfaatnya adalah masyarakat jadi memang masyarakat lah yang berperan lebih banyak daripada kita. Dimana khususnya di program eee.. CBT yang ada di program TBS kita ini eeee... ada beberapa klasifikasi tugasnya gitu ya perannya masing-masing, salah satunya ibu-ibu yang jualan itu bertugas sebagai agen perubahan terkait dengan bijak kelola sampah, itu ya seperti yang sudah disampaikan tadi diatas. Seperti mengedukasi masyarakat yang datang ke ecopark itu untuk tetap bijak dalam mengelola sampah. Kemudian untuk yang dari seni budaya tadi, mereka berperan untuk ini eemm.. untuk menyebarkan bahwasanya budaya bandrong ini masih eksis di kota cilegon dan memang perlu dilestarikan karena memang salah satu budaya lokal khas kota cilegon.

P : Apakah sebelum membuat program CBT terutama program TBS itu, perusahaan memastikan apabila program yang dilakukan dapat memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakatnya? Jika iya, apa saja dampak positifnya?

I : Ya pastinya sebelum membuat suatu program ya itu tadi ya mencari masalah dan potensi yang ada tentunya. Salah satunya yang jadi manfaat dari program TBS ini, bahwasanya ibu-ibu tadi yang awalnya adalah ibu rumah tangga, dari sisi ekonomi mungkin mereka kekurangan sehingga dengan adanya program TBS ini kita kelola kemudian ibu-ibu bisa

berjualan dengan rapi mendapatkan incom, bisa menambah perekonomian bisa membantu ekonomi keluarganya dan itu menjadi salah satu manfaat bagi mereka. Kemudian salah satunya juga seni budaya dengan adanya fasilitas yang kami sediakan menjadi ruang bagi mereka untuk bisa eksis memperkenalkan diri, memperkenalkan budaya bandrong kepada masyarakat luas.

P : Apakah dengan adanya program CBT pada program TBS kualitas hidup masyarakat meningkat? Jika iya, dilihatnya dari aspek bagian mana?

I : Ya jadi ini menurut sudut pandang sebenarnya mbak. Jadi kalo menurut saya, kebudayaan itu suatu identitas masyarakat setempat jadi bagaimana masyarakat setempat itu bisa megang identitasnya sampe di zaman era modern seperti ini. Ternyata identitas tersebut hanya tidak sekedar identitas, maksudnya bisa dimanfaatkan juga untuk bisa mendapatkan pundi-pundi uang itu mbak. Jadi bahwasanya program TBS yang ada di kita melalui kegiatan budaya bandrong tadi, dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat, dimana selain melestarikan budaya lokal, meningkatkan identitas diri masyarakat kota cilegon khususnya. Nah bandrong ini menjadi identitas kita, identitas masyarakat di kota cilegon, dengan adanya program TBS ini kita bisa meningkatkan identitas kita, bisa memperkenalkan identitas kita kepada masyarakat luas dengan adanya identitas kita diperkenalkan ke masyarakat luas maka kualitas diri kita akan lebih naik, harga diri kita akan lebih naik di masyarakat kota cilegon akan lebih dikenal. Selain itu, efeknya adalah dikenalnya kegiatan program bandrong ini secara tidak langsung akan memberikan dampak secara ekonomi.

P : Bagaimana cara perusahaan memberikan pembelajaran akan kelestarian budaya kepada masyarakat yang diberdayakan?

I : Ya, jadi program TBS ini khususnya yang ada di program kita seni budaya bandrong ini memang kita melakukan pembelajaran untuk masyarakat yang kita berdayakan. Salah satunya kita pernah beraudiensi gitu mbak dengan tokoh budaya di kota cilegon, kita pernah berkonsultasi beraudiensi terkait dengan pengembangan budaya bandrong di kota cilegon yang menjadi salah satu wawasan baru bagi kami, bagi masyarakat yang kita berdayakan kaitannya dengan budaya bandrong itu sendiri. Selain itu juga, untuk melestarikan budaya bandrong tadi itu kita juga sudah melakukan pelatihan, dan kita juga sudah pernah tampil bareng, kita sosialisasikan kepada anak-anak usia dini. Dengan harapan, dengan adanya pentas seni bandrong ini menjadi salah satu upaya dalam melanjutkan estafet budaya sehingga anak-anak jaman sekarang itu tidak hanya taunya tarian-tarian kpop, tiktok, gitu ya.

P : Apakah perusahaan selalu memantau apakah program CBT terutama program TBS yang dilakukan dapat menumbuhkan keterampilan dan kemandirian pada masyarakatnya? Jika iya, bagaimana hasilnya dan dilihat dari aspek mana?

I : Ya jadi ya kita tiap program tetap kita pantau ya mbak ya secara berkala dan memang program ini sudah berjalan dan menunjukkan hasil yang positif. Yang mana dapat kita lihat bahwasanya, mulai dengan adanya program TBS yang sudah kita kembangkan kemudian muncul anak-anak desa, anak-anak kelurahan itu. Jadi disana, di kampung situ ada satu pusat kaya saung gitu untuk kumpulnya seni bandrong, jadi setiap malam minggu itu pada latihan disitu. Nah kemudian dengan adanya kita kembangkan, kita sosialisasikan kepada masyarakat luas, anak-anak kecil itu mulai tertarik. Jadi mereka mulai pada dateng ikut lihat, ikut latihan, itu tuh salah satu bentuk keberhasilan menurut kami ya. Keberhasilan bahwa oh kami berhasil loh mengedukasi, mensosialisasi bahwasanya budaya bandrong ini perlu dilestarikan dengan indikatornya yaitu tadi anak-anak kecil mulai tertarik, mulai ada generasi muda yang mulai bisa ikut serta, mulai melestarikan ya. Harapannya mereka lah yang akan menjadi penerus budaya bandrong.

P : Bagaimana cara perusahaan memberikan kepercayaan kepada masyarakat sekitar bahwasanya akan membuat program mengenai budaya yang mereka miliki namun mereka akan diikutsertakan didalamnya dan diberi dukungan serta akan diakui keasliannya?

I : Ya eee.. pada dasarnya gini TBS yang di bandrong ini sudah diketahui bersama sebenarnya bahwasanya bandrong ini salah satu seni budaya di kota cilegon, di banten malah. Jadi dengan kita masuk di dalamnya, kita mendukung itu mereka sangat welcome bahkan tidak ada penolakan. Mereka malah sangat senang dengan adanya kita berarti ada loh perusahaan yang peduli terhadap budaya yang ada di wilayah kota cilegon ataupun banten ini. Dimana kita juga sudah memberikan fasilitas berupa tempat, kemudian juga seragam, kita memberikan beberapa penampilan-penampilan kita sosialisasikan, kita publikasikan ke khalayak umum sehingga dengan dikenalnya bandrong ini juga menjadi nilai positif, budaya aslinya terlihat gitu.

P : Apakah sebelum membuat program CBT perusahaan meyakinkan bahwa akan banyak manfaat yang didapatkan oleh masyarakat? Jika iya, bagaimana caranya?

I : Iya tentunya tadi mbak, dengan adanya diskusi bersama sebelum membuat program itu kita melakukan diskusi apa unek-uneknya, apa pengennya, harapannya seperti apa. Jadi ya hampir sama dengan program-program yang lain, kita selalu melaksanakan diskusi dulu sebelum melaksanakan kegiatan itu, sehingga eee... apa yang akan kita rencanakan ke depan itu diketahui bersama gitu mbak, kita satu tujuan kita satu arah, tinggal kita menentukan jalannya seperti apa. Jadi mereka sudah mau dan yakin, kemudian kita membuat program itu.

P : Apakah program CBT pada program TBS yang dilakukan menghasilkan keuntungan materi? Jika iya, apakah masyarakat mendapatkan keuntungan tersebut?

I : Jadi kalau di program TBS kita ini kan sebenarnya ada dua ya, seni budaya bandrong dan satunya adalah ecopark yang ada ibu-ibu penjualnya. Mungkin dari sisi ibu penjualnya nilai ekonomi akan menjadi orientasi kegiatan tersebut karena memang kegiatannya muaranya adalah ekonomi ya. Tapi berbeda dengan yang ada di seni budaya bandrong, orientasinya adalah bagaimana budaya ini bisa dilestarikan, tetap bertahan gitu. Uang itu adalah efek dari keberhasilan sehingga orientasinya yang pertama adalah kelestarian budaya eee.. keuntungan secara ekonomi itu dampak secara tidak langsungnya.

P : Apakah sejak awal akan diciptakannya program CBT pada program TBS perusahaan telah membuat perhitungan pembagian keuntungan jikalau nantinya program yang diciptakan menghasilkan keuntungan materi? Jika iya, seperti apa pembagian keuntungannya?

I : Ya keuntungannya tadi mbak, kita memberikan modal dan dibagi rata. Ada uang kas yang harus disisihkan untuk operasional, itu sudah kita diskusikan bersama dan sudah disepakati oleh para ibu-ibunya tadi ya. Begitu pun juga yang ada di bandrong, dapatnya berapa, untuk uang kasnya ada, untuk operasional, untuk istilahnya untuk lelehnya mereka juga dapat gitu.

P : Bagaimana perusahaan menjaga setiap budaya yang dijadikan program CBT terutama tarian bandrong tetap terjaga keasliannya?

I : Ya jadi dalam rangka menjaga keaslian tarian bandrong ini kita menghimbau kepada masyarakat, kepada kelompok binaan yang kita berdayakan ini untuk tetap menjaga keaslian tariannya salah satunya. Jadi tarian-tarian yang sudah ada sejak leluhur kita gitu ya, itu tetap perlu dilestarikan tidak perlu ada tambahan-tambahan gerakan tarian-tarian baru. Selain itu juga, sebagai salah satu bentuk apresiasi identitas diri ya itu tadi salah satunya adalah memprioritaskan orang-orang lokal yang melakukan tarian bandrong tersebut.

P : Apakah perusahaan memberikan pendidikan kepariwisataan kepada masyarakat yang diberdayakan? Jika iya, pendidikan kepariwisataan seperti apa yang diberikan?

I : Ya jadi pada ecopark merupakan salah satu ruang terbuka hijau bagi masyarakat, ruang berkumpulnya masyarakat, ruang keramaian. Yang dimana potensi wisata itu ada disana jika dikembangkan dan itu sudah pernah kita sampaikan, kita sudah targetkan juga sudah kita strategikan bahwasanya eee.. ecopark ini berpotensi kita kembangkan lagi menjadi salah satu tempat wisata, salah satunya menjadi outbound kemudian menjadi wisata-wisata edukasi lainnya. Salah satunya kita ada ini mbak, taman kahati yang isinya tanaman-tanaman endemik yang ada di banten khususnya, jadi tanaman yang hanya hidup di provinsi banten, itu ada di ecopark di salah satu sudutnya. Itu juga merupakan salah satu wisata edukasi, beberapa kali kita sudah pernah didatangi anak-anak SD SMP tuh untuk melihat langsung. Kemudian kita juga di dekat situ juga ada pengelolaan sampah itu juga didatangi oleh anak-anak SD untuk kunjungan sekolahnya, itu salah satu potensi wisata edukasi sebenarnya yang mungkin kedepan program ini dapat berkembang lebih baik lagi, itu menjadi salah satu potensi yang dapat dikembangkan dan bernilai manfaat secara ekonomi mungkin nantinya untuk masyarakat binaan kita. Begitu pula dengan bandrong nya mbak suka ada yang datang untuk minta diajarkan atau datang sekedar liat latihannya. Nah disitu juga masyarakat binaan turun langsung buat membantu juga tapi ya tetap dengan bimbingan kita.

## LAMPIRAN 2

Nama : Andi Dwi Laksono

Jabatan : Asisten Manager Humas dan Comdev

Waktu : Senin, 30 Januari 2023. Pukul 09:21

Tempat : PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU

Keterangan:

P : Peneliti

I : Informan

P : Bagaimana proses ketika akan membuat sebuah konsep program community development?

I : Ya kalo kita kan di perusahaan ada yang namanya instruksi kerja dan IKA dan standar operasional prosedur, berarti konsep yang kita lakukan di Indonesia Power yang pertama kita melakukan social mapping terlebih dahulu. Jadi kita mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan yang di sekitar masyarakat ini apa, kemudian disesuaikan dengan proses bisnis utama perusahaan. Konsep bisnis utama perusahaannya seperti apa, karena kita di pembangkit listrik kira-kira yang seperti apa, kebanyakan isunya adalah isu-isu kesehatan. Itu yang utamanya untuk mengidentifikasi kebutuhan masyarakatnya, ketika sudah itu baru kemudian kita mengacu ke instansi-instansi terkait. Karena kalo perusahaan harus berhubungan dengan instansi terkait contoh pemerintah daerah, dinas-dinas terkait, sampai mungkin levelnya tingkat kelurahan, pemerintah daerah. Nah dari situ akan terjadi kolaborasi, pengajuan program, sampai akhirnya penyusunan perencanaan program, sampai akhirnya eksekusi, dan finalisasi program. Secara garis besarnya seperti itu.

P : Apakah dalam prosesnya mengikutsertakan masyarakat yang nantinya akan terlibat? Jika iya, bagaimana keterlibatannya?

I : Ya kalo itu kan sudah pasti. Jadi ketika kita social mapping kita wawancara ke masyarakat kebutuhan utamanya apa, isu-isu yang dia lempar apa sih, itu memang ga semua masyarakat ya, jadi memang di pilihin ada istilahnya kaya key person itu mungkin pak RT nya, pak RW nya, tokoh-tokoh masyarakat, pemerintah daerah setempat. Nah itu kan mereka sebagai masyarakat pasti akan terlibat di wawancara kebutuhannya apa, keinginannya apa, kita rekap biasanya dalam bentuk social mapping. Setelah itu baru kita identifikasi, kita ranking, mana yang kritikal mana yang utama sampai yang levelnya sederhana atau biasa.

P : Apakah prosesnya sama ketika adanya pandemi covid-19? Jika tidak, apa sajakah perbedaannya?

I : Ya kalo masalah pandemi ini pasti akan beda prosesnya. Jadi kalo sepengetahuan saya kemarin, karena kasusnya covid akhirnya yang perencanaan yang social mapping itu agak gak dipakai karena isunya adalah kesehatan covid-19. Jadi proses-proses community development nya pasti ga jauh-jauh dari penanganan covid. Contoh diawal kita di sisi bantu untuk bangun infrastruktur untuk penanganan covid nya. Ketika sudah mulai ada vaksin, kita ramai program vaksinasi 1 2 sampai akhirnya booster. Terus kemudian ada bantuan-bantuan terkait karena kehilangan pekerjaan dsb. Itu istilahnya yang awalnya kita pakai perencanaan, eksekusi, dan kemudian finalisasi, karena covid itu langsung masuknya ke eksekusi tanpa ada perencanaan terlebih dahulu karena pandemi covid emergency.

P : Bagaimana proses dalam menentukan rencana tujuan dari program yang akan diciptakan?

I : Ya itu tadi. Kalo rencana tujuan kan dari awal hampir sama lah. Jadi tujuannya apa sih, kalo misalkan terkait kesehatan berarti kan meningkatkan taraf hidup di bidang kesehatan, nah ya maka perencanaannya apa, bikin program-program infrastruktur. Pandemi covid, tujuannya apa sih, penyelamatan manusia nya ya itu tadi program-programnya bisa vaksinasi, bisa penguatan dari sisi kesehatannya. Contoh kemarin kita bikin sampe area karantina khusus karena kalau terkena covid kan gak bisa tinggal satu rumah.

P : Apakah dalam menentukan target sasaran, perusahaan terlebih dahulu mencari tahu apa saja hal-hal yang diperlukan oleh masyarakat? Jika iya, bagaimana prosesnya?

I : Sama kaya tadi ya pake social mapping. Mungkin untuk sebagai referensi cari aja eee social mapping itu kaya gimana sih. Cari referensi resminya, jadi nanti untuk menjelaskan proses untuk membuat konsep itu pasti dimulainya dari social mapping, teorinya tuh disitu.

P : Ketika program community development dilaksanakan, bagaimana upaya yang dilakukan agar dapat menanggulangi masalah yang ada?

I : Ya ini sebenarnya akan sama dengan pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan eksekusi di lapangan. Jadi gini kalau kami metodenya adalah karena kami bentuknya adalah pemberdayaan masyarakat, kami akan sesuaikan dengan kebutuhan mereka dulu. Jadi karena mereka itu adalah kebutuhan maka mereka akan proaktif. Contoh yang kemarin kita eksekusi disini, mereka itu ibu-ibu petani ya, mereka punya lahan, punya cara bercocok tanam tapi ya cuma gitu aja. Mereka butuh bantuan modal, butuh bimbingan, butuh tambahan cara bertani yang efektif. Nah ketika kita masuk kita ajak bekerja sama, dia akan ngomong butuhnya apa, oh cocok maka akan kita bantu sesuai dengan kebutuhan. Akhirnya match kan antara kebutuhan dengan apa yang kita serahkan. Ketika itu match nantinya itu setiap ada permasalahan atau apa, akan di diskusikan akhirnya akan ketemu jalan keluarnya. Jadi karena berangkatnya adalah dari kebutuhan maka ketika dilaksanakan program itu masyarakat akan proaktif, tertarik gitu ya. Terus ketika ada masalah maka akan bareng-bareng cari solusi, paling gampang biasanya kita akan menghubungi dinas terkait atau mungkin kita hubungin kampus-kampus untuk penelitiannya, itu yang paling sering gitu. Jadi berawal dari kebutuhan, kita berikan bantuan yang cocok terkait social mapping dan melalui musrenbang juga akhirnya orang tertarik, di eksekusi lah sampai selesai.

P : Ketika program community development telah berjalan, bagaimana cara agar masyarakat tertarik untuk berpartisipasi pada program yang telah diciptakan?

I : Jadi ya itu mbak apabila program nya memang kebutuhan mereka jadi mereka akan proaktif berpartisipasi. Jadi dari awal ya kita sudah menyesuaikan kebutuhan mereka, sehingga mereka dengan proaktif menjalankan program nya.

P : Apakah terdapat kewajiban tertentu yang diterapkan guna mendapatkan dukungan, kebijakan, sosial dan finansial dari pihak perusahaan sendiri dan juga masyarakat? Jika iya, bagaimanakah itu?

I : Jadi kalo terkait dengan dukungan, yang jelas karena kami ini masih bagian dari BUMN, kita secara peraturan perusahaan diwajibkan melakukan yang namanya CSR, itu sudah aturan itu ya. Jadi akhirnya secara kebijakan sudah ada, kalo secara finansialnya kita akan menunggu eee... dari pihak kantor pusat yang akan melakukan penetapan anggaran. Oh anggaran yang suralaya satu tahun tuh sekian loh, sekian miliar, nah sekian miliar itu hasil dari perencanaan satu tahun itu kita mau ngapain, gitu kita susun program kerja satu tahun, kita minta anggaran, keluarlah anggaran. Dan memang kalo dukungannya itu, kalo untuk finansial murni dari perusahaan internal, internal perusahaannya karena kami kan CSR. Tapi kalo kebijakan bisa dari internal perusahaan, peraturan perundangan tadi. Bisa jadi eksternal, contoh dari pemerintah kota. Misalnya pemerintah kota menyatakan tahun ini kita eksekusi mengenai stunting, kan sudah direncanakan tuh, sudah disediakan aturan PERWALI, yaudah perusahaan melaksanakan CSR mengenai stunting kan nyambung tuh. Karena kita perusahaan industri, jadi banyaknya menasar pemberdayaan tentang kesehatan, karena kita menyadari pembangkit listrik ada side effect terhadap masyarakat sekitar.

P : Bagaimana upaya yang dilakukan agar program community development yang dilakukan dapat meningkatkan kualitas masyarakat?

I : Pertama ya tadi mbak. Semua dilihat dari kebutuhan mereka. Apa yang mereka butuhkan kita tentukan sasaran nantinya mau seperti apa, maka kita berikan pelatihan yang sesuai yang nantinya bisa perlahan meningkatnya kemampuan juga kualitas masyarakatnya.

P : Apakah seluruh sarana dan prasarana yang ada disediakan oleh perusahaan? Jika iya, apa saja?

I : Ya terkait sarana dan prasarana, dan pemanfaatannya. Jadi kalo untuk sarana prasarana kita itu yang penting, kita akan menyediakan bisa itu bentuk investasi contoh kita sediakan alatnya, mesin-mesinnya. Tapi, itu tidak boleh eee tumpang tindih dengan aturan yang ada. Contoh kita mau bikin posyandu lah, kan berarti ada tanah bangunan, nah tanah dan bangunannya harusnya dari pemerintah setempat, kita gak boleh bikin terus kita kasih ke perorangan itu gak boleh. Harus ke pemerintah kota, itu untuk dimanfaatkan masyarakat sekitar. Nah menjawab ini, apakah seluruh, ndak seluruh. Karena itu tadi, kalo ngomongnya seluruh, kan masih ada yang terkait kepemilikan pribadi itu kita gak boleh. Kita murni hanya untuk yang sarana prasarana atau operasional sehari-hari. Contoh tadi ya bantuan mesin, alat, modal, bahan baku, pemasaran.

P : Bagaimana cara agar segala potensi yang ada pada masyarakat dapat dimanfaatkan dengan baik?

I : Ya itu tadi, kita berikan sesuai dengan kebutuhan mereka lalu kita match kan. Kaya misalkan tadi ya, dia punya rumah produksinya yaudah kita berikan alat-alatnya kan match kan, akhirnya dimanfaatkan dengan maksimal gitu loh.

P : Bagaimana cara mengatur ataupun mengajak masyarakat untuk lebih memajukan potensi yang dimilikinya? Apakah terdapat kendala? Jika iya, apa saja kendalanya?

I : Nih kayaknya yang lebih dijawab kendalanya deh, kalo untuk memajukan potensi balik lagi ya kalo sudah ada hasilnya mereka akan merasakan manfaatnya, dia akan tertarik. Contohnya kendala jualannya tidak laku, biasanya yang dilakukan adalah konsultasi ke kami, jadi seolah-olah kami ini pembinanya gitu kan. Kita carikan solusi, paling gampang aja ya udah sini kita beli dari perusahaan terus nanti perusahaan ikut pameran, kita show oh ini loh produk binaan kami, kita berikan gratis sebagai sarana promosi. Jadi perusahaan hadirnya disitu.

P : Bagaimana cara mengoptimalkan perkembangan potensi masyarakat sehingga masyarakat terhindar dari hal-hal yang menghambat?

I : Ya itu tadi kalo cara untuk mengoptimalkan terhadap kendala ya kita sebagai pembina kita harus menemani gitu loh. Jadi kita gak bisa ngelepas mereka, sampai benar-benar mandiri. Jadi kalo masih di awal kita bantu infrastruktur, di akhir kita bantu masalah manajemennya, masalah pemasaran. Sampai akhirnya bantu promosi dsb. Jadi masih akan kita harus dampingi terus.

P : Adakah upaya yang dilakukan dalam memberikan pengetahuan dalam menyelesaikan masalah kepada masyarakat agar dapat menjadi masyarakat yang mandiri?

I : Nah nyambung kan pertanyaannya, ketika tadi ada masalah ya tadi dengan mendampingi. Konsepnya pemberdayaan masyarakat kan kaya gitu. Kita dampingi karena mungkin kita memiliki resource yang lebih, contohnya dari sumber finansial, kita bisa membantu kebijakan, kita juga mungkin bisa meningkatkan komunikasi ke pihak-pihak yang lain. Mungkin mereka belum tau nih tata cara jualan yang baik gimana, contoh lah jualan online jadi kita memberikan edukasi-edukasi, bimbingan sesuai dengan apa yang kita pahami yang harapannya nanti bisa mandiri gitu.

P : Apakah perusahaan memberikan perlindungan terhadap masyarakat jika nantinya terjadi diskriminasi dan dominasi antar masyarakat?

I : Kalo ini, karena sampai sekarang belum pernah terjadi ya. Kayaknya diskriminasi dan dominasi tuh belum sampai level seperti itu. Jadi kita juga belum bisa menjawab, tapi yang jelas selagi mereka masih masuk mitra binaan ataupun masih bagian dari CSR kami ya kami



akan coba lindungi. Misalkan, pada binaan yang jual makanan maka butuh PIRT, label halal, nah itu akan kami bantu buat. Dengan begitu kan itu akan melindungi mereka.

P : Apakah terdapat bimbingan atau binaan yang diberikan kepada masyarakat untuk mendorong masyarakat agar menjadi lebih maju? Jika iya, seperti apa?

I : Pasti ya. Bentuknya bisa berupa edukasi, bisa berupa dengan memberikan keahlian baru, sarana prasarana gitu.

P : Apakah terdapat pengecekan berkala untuk memastikan taraf hidup masyarakat yang diberdayakan? Jika iya, seperti apa?

I : Kalau ini pasti. Jadi mulai dari social mapping, itu kan ada perencanaan. Perencanaan itu kan bukan hanya satu tahun, biasanya paling pendek pun tiga tahun. Jadi, dalam tiga tahun itu kita cek dong, entah itu dari skala triwulan, enam bulan. Bahkan kalau beberapa itu, dua minggu sekali kita ikut dalam kegiatannya. Ya akan disesuaikan dengan jenis programnya gitu, tapi pasti berkala.

P : Di masa pandemi covid-19, apa saja kontribusi yang diberikan oleh perusahaan untuk masyarakat sekitar?

I : Yang jelas yang pertama bantuan ya bentuknya, ada berupa bantuan-bantuan sembako, kamar isolasi, vaksinasi itu yang paling itu utama untuk seluruh warga ring 1 baik vaksin tahap 1, 2 dan 3.

P : Apakah kontribusi yang diberikan oleh perusahaan memberikan dampak yang baik masyarakat? Jika iya, seperti apa dampaknya?

I : Ya jelas, jadi kita sering bantuan-bantuan terkait sembako selama lockdown itu kan mereka juga ga kerja, WFH, yang dagang juga tutup, itu kita berikan sembako. Dampaknya ya positif jadi mereka masih bisa mendapatkan tambahan lah meskipun tidak ada penghasilan.

P : Bagaimana respon atau langkah perusahaan terhadap program community development (TBS) pada masa pandemi covid-19?

I : Kalo covid ini kebetulan di kriteria pemberdayaan masyarakat itu masuk poin tahun 2020, 2021, 2022. Masuk pada fase kebencanaan pandemi covid. Nah langkah perusahaan apa, ya itu tadi kita memberikan pelatihan-pelatihan, kalo ga salah juga pernah waktu itu kita berikan bantuan pulsa jadi buat anak-anak yang sekolah online. Terus untuk yang comdev nya memang waktu itu sempat stop gara-gara covid, jadi kan gak boleh kumpul, berkegiatan jadi sehingga ya sempat vakum sih.

P : Apakah program community development pada program TBS sempat diberhentikan untuk sementara? Jika iya, lalu apa solusi yang diberikan oleh perusahaan?

I : Ya memang diberhentikan sementara ya karena pandemi gak bisa kumpul langsung stop. Solusi nya ya diberikan bantuan dan saat pandemi mereda kegiatan nya berjalan tapi dibatasi waktunya dan tetap menaati proker.

P : Apakah kini di tahun 2023 program TBS masih berjalan? Jika iya, bagaimana kini perkembangannya? Jika tidak, apa alasan diberhentikan?

I : Programnya masih berjalan, nah perkembangannya sekarang bagus. Karena apa, semenjak gak ada lockdown itu kita bisa kumpul lagi, aktif lagi gitu. Jadi tidak ada yang diberhentikan, sempat vakum sementara, 2023 lanjut lagi dengan fokus meningkatkan minat masyarakat luar nya terhadap tarian bandrong.

P : Apakah terdapat perubahan kebijakan terhadap pelaksanaan program community development pada program TBS di masa pandemi?

I : Kalo ga salah kemarin kebijakannya gini, saya kan liat dari realisasi ya. Yang awalnya untuk pemberdayaan-pemberdayaan itu semua dialihkan ke bantuan, jadi bentuknya yang biasanya untuk community development kita mengembangkan masyarakat, pelatihan, komunitas, itu sementara anggarannya dialihkan untuk bantuan semua. Jadi kebijakannya adalah seperti itu, karena pandemi bantuan yang dibutuhkan langsung. Memberikan uang

cash, santunan, baksos, itu yang utama. Dan pada program TBS tentunya ada kebijakan pembatasan ruang gerak itu mbak.

P : Bagaimana cara perusahaan menyesuaikan program TBS di tengah situasi pandemi yang melanda hingga dapat meraih penghargaan? Apakah terdapat kendala? Jika iya, apa saja?

I : Kalau kendalanya ya itu tadi sih, karena gak bisa ngumpul ya kasusnya. Apalagi awal-awal pandemi itu kan gak bisa ngumpul ya. Tapi menyesuaikan nya ini, kita kemarin ini kalo ga salah sistemnya tetap menjaga prokes, utama nya itu. Dan antara lain kita tambahkan infrastruktur juga, kaya alat cuci tangan, hand sanitizer, masker. Kendala nya ya itu karena gak bisa ngumpul jadi agak kesulitan. Jadi ya paling via video call ya, itu pun hanya satu-satu per orang. Tapi ternyata itu juga dianggap lebih dari cukup daripada berhenti total sama sekali.

P : Apakah sebelum menentukan sasaran target perusahaan telah mengidentifikasi terlebih dahulu potensi-potensi yang dimiliki oleh masyarakat? Jika iya, bagaimana cara mengidentifikasinya?

I : Cara identifikasinya pasti social mapping, dari social mapping itu akan ketahuan potensi-potensi masyarakat itu seperti apa. Karena kan metodenya kalo ga salah ini, metode social mapping ada beberapa salah satu diantaranya adalah wawancara. Wawancara nya juga adalah key person, contoh adalah pak lurahnya, RT nya, RW nya, kepala dinas nya, bagian-bagian tertentu. Jadi akan tahu potensi masyarakat disitu apa, utamanya apa, lahan nya seperti apa, warga masyarakatnya seperti apa, bakatnya, punya keahlian apa. Itu semua dari social mapping.

P : Bagaimana cara perusahaan mencari tahu mengenai apa saja yang diinginkan atau harapan masyarakat?

I : Selain social mapping yang diawal, kita juga setiap tahun itu ada yang namanya stakeholder forum. Jadi kita ngundang stakeholder-stakeholder, jadi disitu tuh kaya forum nanti kita sosialisasi gitu. Kami dari perusahaan punya rencana CSR kaya gini, nanti dari masyarakat kaya gimana, nah itu yang kalo di inisiasi dari perusahaan. Kalo yang di inisiasi dari masyarakat ya itu tadi yang musrenbang itu, bisa musrenbang kelurahan, kecamatan, sampai kota. Jadi dua arah ya.

P : Apakah nantinya keinginan masyarakat tersebut langsung akan dijadikan sebuah program community development? Jika iya, apa alasannya?

I : Kalo ini ndak tentu. Karena satu, kita itu sudah punya roadmap sebenarnya, sudah punya rencana kan dari perusahaan yang dasarnya dari pemerintah dan PLN pusat. Masyarakat punya nya ini, jadi yang dipilih yang cocok aja. Jadi ga semua ya, jadi tetap ada proses evaluasi dsb.

P : Apakah program community development yang dilakukan, mengikutsertakan para pemangku kepentingan lainnya untuk ikut serta berkontribusi? Jika iya, bagaimana cara perusahaan melakukannya?

I : Ini pasti. Pemangku kepentingan biasanya paling gampang lah pemilik kebijakan, misal nya pemerintah kota, pemerintah daerah, kepala-kepala dinas, kaya gitu. Nah cara melakukannya, paling gampang melakukannya MOU (Memorandum of Understanding), kita tanda tangan MOU, turunannya nanti perjanjian kerjasama. Nah itu cara paling basic nya, istilahnya sebagai dasar landasan hukum legalisasinya seperti itu. Jadi kedua belah pihak tahu, bisa berkontribusi secara bersama-sama itu melalui perjanjian kerjasama itu tadi.

P : Apakah kerjasama yang diciptakan antar stakeholder untuk mempromosikan program community development menghasilkan sebuah keuntungan? Jika iya, keuntungan seperti apa yang didapatkan?

I : Kalo keuntungan pasti. Paling gampang aja, mendapatkan keuntungannya penghargaan lah. Jadi ketika dia dianggap berguna, dan kita dapat penghargaan berarti itu diakui. Yang

kedua adalah meningkatkan taraf hidup masyarakat. Jadi memang sebenarnya itu kan kewajiban utamanya dari individunya, kewajiban keduanya dari pemerintahnya, baru kita dari perusahaan. Jika dari orang itu bisa meningkatkan taraf hidup, misalnya dari pendapatannya yang tambah, peningkatan kesejahteraannya, berarti kan itu jadi keuntungan. Keuntungan baik dari masyarakatnya sendiri, pemerintah, dan perusahaan.

P : Apakah aktivitas CSR dilakukan hanya berdasarkan ketentuan minimal yang sudah ditetapkan oleh pemerintah? Ataukah dilakukan dengan prosedur perusahaan yang sudah lebih tersusun? Jika iya, seperti apa?

I : Kalo kita, ada prosedurnya. Kita pakai prosedur yang sudah disusun ya, jadi kalo dari pemerintah itu ada istilahnya PROPER itu aturan dari pemerintahnya, diturunkan di kita. Kalo kita ada kebijakan yang ditandatangani oleh direksi. Kalo ga salah sekarang pake ISO 28.000 apa 30.000. Pokoknya pake ISO nya terkait dengan ini, itu yang kita adaptasi. Kita dapat sertifikat ISO nya. Itulah yang bikin prosedurnya rapi jadi ga asal-asalan.

P : Kegiatan CSR seperti apa yang biasanya dilakukan sebagai upaya fokus dalam peningkatan keterampilan masyarakat?

I : Paling gampang kalo untuk fokus peningkatan keterampilan masyarakat ya itu tadi, biasanya itu pelatihan terus kemudian kita juga ajak praktik, kunjungan-kunjungan, pelatihan untuk pemasaran. Kalo yang bandrong itu karena memang mereka sudah punya keahlian sendiri, berarti dari kelompoknya kan. Kalo mereka lebih ke arah kita bantu infrastrukturnya, jadi kita tambahkan alat-alatnya, ketika kita ada acara kita undang untuk pentas. Itu kan salah satu bentuk untuk meningkatkan keterampilannya.

P : Bagaimana cara perusahaan menyuplai segala kebutuhan masyarakat untuk mendukung segala hal yang diperlukan masyarakat? Apakah murni hanya dari perusahaan atau dibantu oleh pemerintah?

I : Ya kalo untuk ini pasti dibantu pemerintah lah, ndak bisa murni dari perusahaan ya. Kalau memang dari perusahaan itu kan biasanya hanya bentuknya infrastruktur atau dana lah. Kalau pemerintah itu bentuknya ya kebijakan, turunan-turunan aturan, kaya gitu.

P : Bagaimana perusahaan meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengimplementasian CSR?

I : Sosialisasi ya paling ya. Ya ada dua sih sebenarnya, baik internal maupun eksternal. Kalau untuk internal ya kita infokan ke karyawan bahwa perusahaan ini, ketika menjalankan bisnisnya itu ada warga sekitar yang terdampak gitu, baik itu dari segi polusi dalam tanda kutip ataupun dari segi banyaknya lalu lalang. Jadi itu kita sosialisasikan, eh kalo bisa tetap peduli loh sama warga masyarakat. Kalo yang eksternal kita juga kasih info, kalian kita kasih CSR tapi jangan terus semena-mena, bukan berarti kamu kita kasih CSR terus dikit-dikit minta CSR. Nah itu bentuknya sosialisasi.

P : Apakah dalam melakukan aktivitas CSR perusahaan bekerjasama dengan masyarakat dalam memberikan kebutuhan masyarakat? Jika iya, kebutuhan seperti apa yang diberikan?

I : Kalo untuk ini pasti ya. Contohnya ketika ada pembangunan sekolah, dari pemerintah kota sudah ada nih anggaran bangunan sekolahnya, dari warga masyarakat mungkin ada yang andil dalam gotong royong, nah dari perusahaan biasanya akan menambahkan. Contoh yang kurang apa oh papan tulis, oh butuh komputer yang second-second itu kita kasih. Nah itu bentuknya CSR. Pasti sesuai dengan kebutuhan. Kalo yang baru ini, yang kita kerjakan membuat sumur, pompanya ilang kemudian mereka ngirim surat, nah itu kita bantu.

P : Apakah aktivitas CSR yang mengikutsertakan masyarakat di fokuskan pada hasil yang akan didapatkan bagi masyarakat seperti kemajuan pada masyarakatnya? Jika iya, kemajuan apa saja yang terjadi pada masyarakatnya?

I : Ini pasti, kalo untuk CSR itu pasti fokusnya pada hasil yang akan didapatkan. Paling gampang ya meningkatkan taraf hidup, contoh taraf hidup kan bisa jadi dari penghasilan, terus kemudian dia hidupnya semakin sehat, dia juga memiliki kepastian dalam bekerja. Nah

paling gampang sih biasanya kaya gitu. Kemajuan taraf kesehatan lah contoh sebelumnya belum punya WC lah, sekarang sudah punya jamban, jambanisasi program kita. Dulu yang kesusahan air, kita buat sumur, buat saluran airnya, maka mereka bisa dapat air. Kaya gitu kan akhirnya taraf hidupnya maju, akhirnya nanti harapannya mereka kita punya keluarga, punya generasi penerus ya anaknya bisa sekolah nantinya meningkatkan taraf hidup keluarganya.

P : Apakah yang anda ketahui mengenai pemberdayaan masyarakat melalui kepariwisataan atau Community based tourism?

I : Nah ini saya ga terlalu tahu banyak ya. Cuman kemarin sempat dijelaskan, sebenarnya contohnya yang paling gampang disini tuh ecopark. Jadi gini, kita berikan bantuan contohnya ada suatu taman kaya gini ya, kita isi kita lengkapi sarana prasarana nya. Nah apakah hanya itu tok, kemudian kita ajak warga masyarakat untuk mengelola bareng, untuk menjaga kebersihannya, untuk menjaga peralatannya, untuk berjualan. Itu ada kaya sistem tiket atau iuran nanti yang mengelola warga nanti hasilnya diatur lagi buat masyarakatnya, buat kelola lingkungannya, dsb. Nah dengan itu kan kebetuk tuh, pemberdayaan masyarakat tapi melalui nya pariwisata gitu.

P : Bagaimana perusahaan menentukan sebuah kebudayaan yang ada sehingga akhirnya ditetapkan sebagai program Community development? Terutama yang tarian bandrong itu.

I : Kalo itu yang pasti satu, harus menunjukkan keunikan asli daerahnya. Paling gampang ya yang dilihatnya itu, ini asli daerahnya apa, potensi daerahnya apa, uniknya apa, oh ternyata ada tarian bandrong yaudah kalo gitu kita bentuk. Dia sudah punya kelompok-kelompok nih, ya kita bantu untuk mengembangkan. Terus kemudian juga, biasanya ada arahan biasanya setiap awal tahun ini ada yang dari dinas-dinas kebudayaan, dinas-dinas apa, itu mereka ngundang kita. Dan dia ngomong ini loh program kita setahun ini, monggo dari perusahaan mau partisipasinya dari mana. Misalnya ini bandrong, karena ini khas cilegon yaudah nanti ada kelompoknya banyak PT. A, PT. B, PT. C, mau masuk yang PT mana gitu loh.

P : Bagaimana upaya yang dilakukan oleh perusahaan agar program yang diciptakan dapat meningkatkan kapasitas, peran dan daya usaha masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan pada masyarakat?

I : Ini kayaknya hampir sama kaya tadi ya. Ya itu tadi, memberikan tambahan pelatihan, kita ajak kunjungan ke tempat lain yang mungkin memiliki hal yang sama dan lebih maju, kemudian nambahin peralatan infrastrukturnya, terus bantu promosi. Bantu promosinya dengan cara apa, kita punya event kita undang dia untuk tampil jadi kan tamu nya tahu tuh, kira-kira itu sih.

P : Apakah setiap proses dalam membuat program CBT terutama yang program TBS itu, masyarakat diajak untuk berkontribusi dan diberikan posisi tertentu? Jika iya, seperti apa kontribusinya dan posisi apa yang diberikan?

I : Kalo ini lebih ke arah bikin kelompok ya. Maksudnya, ketika ngomong bandrong tadi kan ada kelompoknya, dari kelompok itu biasanya nanti akan kita tentukan siapa pembina nya, siapa ketuanya, biasanya pun pembina nya gabungan dari perusahaan, dari pemerintah dinas kebudayaan dan pariwisatanya, terus dari tokoh-tokoh masyarakat setempat. Terus ketuanya siapa, sekretarisnya siapa, koordinator A, koordinator B. Jadi lebih ke arah struktur organisasi yang jelas gitu.

P : Apakah sebelum membuat program CBT yang TBS itu, perusahaan memastikan apabila program yang dilakukan dapat memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakatnya? Jika iya, apa saja dampak positifnya?

I : Ya ini kalo tadi kan, sama kaya itu ya cuma bedanya khusus dengan program TBS nya ya. Ya pasti akan meningkatkan kualitas hidup, dengan itu tadi dengan dia bisa punya tambahan peralatan, dia bisa sering tampil, misalnya gitu ya, dia dapat penghasilan tambahan

akhirnya kan taraf hidupnya meningkat. Dan juga bisa menyalurkan hobi lah, yang biasanya cuma main, biar ikut acara bandrong itu jadi pemudanya aktifnya disana.

P : Apakah dengan adanya program CBT kualitas hidup masyarakat meningkat? Jika iya, dilihatnya dari aspek bagian mana?

I : Ini sama kayak tadi. Aspek utamanya sih aspek ini ya pendapatan lah dari ekonomi. Kita ngomongnya aspek ekonomi ya. Kalo dikaitkan dari TBS itu kan, karena dia budaya bandrong gitu, kalo sering tampil pastikan dapat honor, akhirnya ketika dapat honor di bagi-bagi biar ada penghasilan tambahan. Aspek utamanya adalah aspek ekonomi kalo dari program TBS.

P : Bagaimana cara perusahaan memberikan pembelajaran akan kelestarian budaya kepada masyarakat yang diberdayakan?

I : Ya khusus untuk bandrong tadi ya yang jelas pasti kita bantu. Karena kita sendiri mungkin tidak punya ya keahlian yang bisa ngajar gitu jadi paling nanti kita hubungkan dengan dinas kebudayaan siapa tahu ada instruktur yang bisa gabung, ya ikut pembelajaran.

P : Apakah perusahaan selalu memantau apakah program CBT pada program TBS yang dilakukan dapat menumbuhkan keterampilan dan kemandirian pada masyarakatnya? Jika iya, bagaimana hasilnya dan dilihat dari aspek mana?

I : Kalo ini pasti. Kan eee.. pantau memantau ya minimal yang kaya dibidang tiga bulan sekali tuh kita berkunjung, kita diskusi, kita kaya review gitu. Terus kemudian untuk melihat aspeknya paling gampang dilihat dari jumlah peserta. Misalnya kelompoknya awalnya cuma 10 orang, ketika kita tambahkan alatnya dan keahliannya ternyata menarik yang lain, terjadi peningkatan tambah 12, tambah 13, sampe akhirnya 20. Berarti itu ada peningkatan jumlah kelompok nih, itu kan aspek ini nya kelihat berarti mereka makin maju, pesertanya makin banyak, banyak peminatnya.

P : Bagaimana cara perusahaan memberikan kepercayaan kepada masyarakat sekitar bahwasanya akan membuat program mengenai budaya yang mereka miliki namun mereka akan diikutsertakan didalamnya dan diberi dukungan serta akan diakui keasliannya?

I : Ya, mereka akan diikutsertakan didalamnya itu mereka kita suruh bentuk kelompoknya berarti kalau mereka sudah bikin kelompoknya berarti itu kan diikutsertakan. Beri dukungannya dengan tadi berikan dukungan, pelatihan, serta tambahan alat, infrastrukturnya. Diakui keasliannya, ini baru yang bekerjasama dengan pemerintah daerah tadi, bisa jadi nanti dari dinas kebudayaan, dinas kepariwisataan ngeluarin sertifikat bahwa kelompok bandrong ini adalah binaan dari Indonesia power dan mereka diakui sebagai kelompok asli dari kota cilegon. Kalo ga salah waktu itu memang ada sertifikatnya kok, jadi memang dikeluarkan dari pemerintah daerah setempat dan kita sendiri juga mengeluarkan bahwa dia itu mitra binaan kita dari perjanjian kerjasama yang tadi itu dibuatkan kaya sertifikatnya.

P : Apakah sebelum membuat program CBT pada program TBS itu mas, perusahaan meyakinkan bahwa akan banyak manfaat yang didapatkan oleh masyarakat? Jika iya, bagaimana caranya?

I : Manfaat yang didapatkan karena kebutuhan yang tadi. Kalo ngomongin TBS sekarang deh, mereka punya potensi, mereka punya kelompok bandrong gitu, mereka menyadari sendiri sebenarnya kepentingan mereka untuk tetap ada dan beraktifitas. Kita dari perusahaan hanya bantu saja, dorong saja, jadi ketika itu adalah kebutuhan ya pasti akan dimanfaatkan sebesar-besarnya, pasti mendapatkan manfaat lah kaya gitu.

P : Apakah program CBT yang dilakukan menghasilkan keuntungan materi? Jika iya, apakah masyarakat mendapatkan keuntungan tersebut?

I : Kalo materi sih iya. Materi itu kan bisa dua, satu yang tadi kita tambahkan peralatannya, infrastrukturnya berarti kan kita kasih CSR nya. Yang kedua, ketika dia sering tampil dia

dapat honor berarti dapat buat mereka semua honorinya. Kalo untuk perusahaan sih ga pernah, karna CSR ya itu tadi sekali diberikan ga mungkin ditarik lagi.

P : Apakah sejak awal akan diciptakannya program CBT pada TBS perusahaan telah membuat perhitungan pembagian keuntungan jikalau nantinya program yang diciptakan menghasilkan keuntungan materi? Jika iya, seperti apa pembagian keuntungannya?

I : Kalau ini pada bandrong TBS yang tadi ya fully untuk mereka. Karena mereka yang tampil, mereka yang perform, kita cuma hanya bantuan saja. Mungkin yang baliknya ke kita itu bukan secara materinya tapi, imateri nya contoh citra perusahaan, dapat award nya, oh berarti perusahaan ini peduli dengan kebudayaan-kebudayaan asli lokal gitu.

P : Bagaimana perusahaan menjaga setiap budaya yang dijadikan program CBT terutama kesenian bandrong itu mas tetap terjaga keasliannya?

I : Kalau ini ya tadi lewat sertifikat namanya. Satu, lewat sertifikat yang menyatakan dia asli. Yang kedua, sering kita undang setiap kali ada acara atau event, kalo begitu kan berarti oh ini asli bandrong kan dari cilegon karena dia sering tampil gitu loh. Kalo cuma dari sertifikat mungkin orang gak tau tapi kalo sering tampil, diundang jadi semua tahu.

P : Apakah perusahaan memberikan pendidikan kepariwisataan kepada masyarakat yang diberdayakan? Jika iya, pendidikan kepariwisataan seperti apa yang diberikan?

I : Kalo pendidikan kepariwisataan saya ndak pernah tahu ya, bentuknya kaya gimana juga nggak tahu ya. Paling cuma bentuk pelatihan aja, sosialisasi, sama yang dari dinas kebudayaan itu kita panggil, kita sosialisasi bersama. Gak ada yang kaya pendidikan formal ataupun informal kayaknya gak sampai segitu deh. Karena kita jarang banget yang CSR nya pariwisata, baru yang TBS itu.

### LAMPIRAN 3

Nama : Fatimah

Jabatan : Masyarakat Binaan Program Taman Budaya Suralaya

Waktu : Senin, 30 Januari 2023. Pukul 10.18

Tempat : Taman Ecopark Suralaya

Keterangan:

P : Peneliti

I : Informan

P : Apakah sebelum pembuatan program TBS, perusahaan terlebih dahulu mengajak masyarakat untuk ikut serta dalam membahas program yang akan diciptakan dan bertanya kepada Mbak mengenai hal-hal yang diperlukan?

I : Iya diajak diskusi dulu untuk apa yang dibutuhkan gitu, lah iya lah tempat tadinya kan jualannya ga disini, disana tuh di pinggir jalan. Terus diajak diskusi disuruh kesini biar satu tempat. Yang bandrong juga beberapa orang gitu diajak ngobrol dulu ditanya-tanya itu butuhnya apa kaya alat musiknya tah, tempatnya tah, gitu-gitunya.

P : Apakah perusahaan memberikan sebuah pengetahuan atau pendidikan kepada Mbak mengenai cara memajukan potensi yang dimiliki dan cara menyelesaikan masalah jika terjadi di program TBS?

I : Ya itu biar maju biar laku disuruhnya jualannya jangan sama kaya yang lain, biar beda-beda biar kita tuh maju, dilatih lah cara jualan yang bener gitu nong. Kalo teteh kan udah jualan cilok, ada yang jualan bakso, gorengan, jangan sama gitu tuh. Terus dikasih tau juga jangan ribut-ribut, jangan punya hati iri sama temen, kalo ada ribut-ribut harus diomongin baik-baik dulu gitu. Kalo yang bandrong itu ya dikasih tau juga buat sering-sering latihan kan biar makin luwes gitu kan gerakannya, diajak ketemu sama orang dinas juga, terus sama juga lah kalo ada masalah diselesaikan nya yang baik-baik gitu.

P : Apakah perusahaan memberikan perlindungan apabila nantinya terjadi masalah atau diskriminasi antar masyarakat?

I : Iya nong dikasih perlindungan, jadi kalo misalkan ada yang ribut gitu bilang sama orang humas, biar dibantu selesai sama orang humas gitu, masalahnya apa-apa gitu. Tetep aja gitu dilindungi sama orang IP.

P : Apakah perusahaan melakukan pengecekan berkala untuk memastikan taraf hidup masyarakat?

I : Sering, sering ngecek kesini nong. Nanya-nanya gimana jualannya setiap harinya, gimana kelompok bandrongnya. Biasanya mah sering aja kesini, tau satu bulan sekali, dua kali.

P : Apa saja kontribusi yang diberikan oleh perusahaan ketika pandemi covid-19 terjadi? Apakah terjadi sebuah kendala?

I : Iya dikasih tempat cuci tangan, masker, sembako. Kendalanya sih gak ada sih nong.

P : Apakah ketika pandemi covid-19 terjadi program TBS masih berjalan atau diberhentikan sementara?

I : Di berhentiin sementara, karena pandemi ya gak boleh kumpul-kumpul. Tapi pas udah rada reda covidnya udah boleh jualan lagi, latihan bandrong lagi, tapi ya diwaktuin nong, dibatesin lah sama harus pake masker segala macam juga.

P : Apakah perusahaan memberikan hal-hal yang dibutuhkan masyarakat dalam program TBS ini mbak?

I : Iya, yang jualan ada dikasih gerobak, tempat duduk, semuanya yang ada disini itu dapet dikasih, dibikinin taman juga biar rapi lah. Sama yang buat bandrongnya juga dibuatin saung, dikasih alat-alat nya juga nong.

P : Apakah sebelum program TBS diciptakan, perusahaan mengikutsertakan masyarakat untuk memastikan apabila program akan memberikan dampak yang positif?

I : Iya dikasih tau nanti jualannya bakal lebih laku karena tempatnya kan udah rapi, lebih ketata jadi bakal lebih banyak yang mau dateng. Sama yang bandrong itu juga udah diskusiin nanti bakal ada pemasukan dikit-dikit kalo misalnya tampil, bakal lebih dikenal gitu lah nong.

P: Kadang suka ada yang kunjungan kesini gitu gak sih mbak kaya buat belajar tentang lingkungan gitu? Terus kalo kaya gitu dampaknya apa mbak?

I: Iya udah sering beberapa kali lah dateng anak-anak SD SMP atau orang luar buat belajar, ada juga yang mau belajar bandrong gitu nong. Udah gitu sih ya dampaknya jadi rame otomatis tambah lah pemasukan juga Alhamdulillah, bandrong juga tambah pemasukan juga tambah dikenal orang aja nong.

P : Apakah dengan adanya program TBS kualitas hidup masyarakat yang diberdayakan terdapat peningkatan?

I : Alhamdulillah ada lumayan ya, dari sebelum nya di pinggir jalan mah ya lebih ningkat lah. Yang bandrong juga ada pemasukan lumayan lah karena sering diajak tampil.

P : Apakah perusahaan memberikan keuntungan materi kepada masyarakat dari adanya Program TBS dan seperti apa pembagiannya?

I : Ya ada nong keuntungan materi mah ya pasti ada, semuanya ga dibagi-bagi, jadinya ya buat sendiri aja. Kalo yang bandrong juga sama aja semuanya buat para penarinya.

P : Apakah perusahaan memberikan pendidikan mengenai kepariwisataan? Jika iya, seperti apa?

I : Dikasihnya kaya pengetahuan gitu nong, kalo pindah kesini jualannya bakal lebih rapi bakal lebih banyak yang dateng, apa lagi kalo ada yang latihan bandrong itu kan ada beberapa yang dateng nonton gitu kan, kadang ada yang mau ikut juga, ya bocah-bocah.

P : Bagaimana pendapat Mbak mengenai adanya program TBS?

I : Iya Alhamdulillah seneng sih, ningkat juga pendapatannya semenjak pindah, yang bandrongnya juga jadi sering diajak tampil, jadi kelestari lah budaya banten ini nong.



#### LAMPIRAN 4

Nama : Luthfie Masyhadi

Jabatan : Junior Officer Community Development

Waktu : Kamis, 11 Mei 2023. Pukul 09:30

Tempat : PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU

P : Seperti apa kegiatan social mapping yang dilakukan untuk membuat program TBS?

I : Sebenarnya kan kegiatan social mapping ini kan luas ya mbak ya, jadi kemarin juga sudah disampaikan kalo social mapping ini kita dilakukan secara menyeluruh tidak hanya fokus pada satu program, tetapi bersama dengan program-program yang lain. Sebenarnya sebelum membuat program TBS, jadikan seperti yang sudah disampaikan itu sebenarnya melihat dari permasalahan yang ada di wilayah tersebut dan melihat potensi di wilayah tersebut. Nah dari potensi dan permasalahan yang ada tersebut kemudian apa sih rekomendasi program yang mungkin bisa dilakukan. Membuat suatu program yang dapat menanggulangi masalah yang ada dengan menggunakan potensi yang ada di masyarakat. Sehingga salah satu yang direkomendasikan adalah membuat program ini.

P : Apa saja hasil yang ditemukan dari social mapping yang telah dilakukan sehingga bisa memutuskan untuk membuat program TBS?

I : Gini, TBS itu kita program kan di lapangan ecopark, dimana disitu banyak masyarakat yang berkegiatan di sana, rame, banyak pengunjung, banyak kegiatan. Sehingga, itu menjadi satu potensi untuk menjadi suatu target bagi para penjual, disisi lain dengan adanya keramaian tersebut itu pasti ada potensi kotor, terus ada permasalahan juga bahwa masyarakat setempat di wilayah tersebut itu punya kegiatan berjualan tapi belum terorganisasi dan masih kesana kemari lah. Kemudian dari permasalahan dan potensi yang ada kemudian kita coba bikin satu program TBS ini yang kemudian kita gabungkan ibu-ibu itu, kita koordinir, kita rapikan lah kemudian kita satukan di salah satu area di ecopark, yang kemudian orang-orang yang berpotensi tadi itu bisa menjadi target bagi para kelompok UMKM kita kemudian ibu-ibu itu juga kita tugaskan sebagai agen perubahan perilaku masyarakat. Kemudian mereka juga menghimbau masyarakat yang ada di area tersebut untuk menjaga kebersihannya bersama-sama.

P : Bagaimana cara agar TBS dapat menjadi program yang berkelanjutan (sustainable)?

I : Nah tentunya, ketika membuat program ini kita mempunyai roadmap ya mbak. Yang dimana program kita ini, kita targetkan selama kurang lebih lima tahun ini program berjalan. mulai dari perintisan, perkembangan, keberlanjutan sampai pada exit strategy. Dimana, setiap fasenya itu kemudian kita melakukan inovasi-inovasi terbaru gitu demi terwujudnya berkelanjutan program tersebut lah. Kalau untuk gimana caranya ya itu tadi kita membuat rencana bersama dengan masyarakat itu.

P : Apa saja profit atau keuntungan yang didapat oleh perusahaan dengan adanya program TBS?

I : Ya tadi, sebagai agen perubahan yang menjadi perwakilan kami lah istilahnya begitu untuk menjaga kebersihan di area ecopark. Kalau secara materi tidak ada karena memang itu free kemudian mereka berkegiatan di sana tidak ada retribusi disana yang harus diberikan kepada kami, malah kita yang memberikan modal kepada mereka karena memang itu bentuk CSR. Jadi memang kita yang memberikan modal untuk bisa berkegiatan disana. Jadi ya, benefit bagi kami tentunya satu citra baik perusahaan, kemudian yang kedua ada nilai positifnya mereka jadi agen perubahan di ecopark tersebut.

P : Kemudian mas, apa sajakah pelatihan-pelatihan yang diberikan kepada masyarakat binaan?

I : Pernah kita berikan pelatihan keamanan pangan kalau-kalau ingin membuat makanan kemasan kita bantu legalisasi untuk makanan hasil produk anggota amboja, terus juga ada

pelatihan bikin ecobrick dibikin jadi meja gitu mbak memanfaatkan botol bekas jualan kelompok amboja, terus juga pernah kelompok bandrong itu mbak kaya sosialisasi memperkenalkan bandrong ke SD SD yang ada di suralaya.

I : Kalau untuk sekarang ini, program TBS ini sudah sampai di tahap mana ya mas kalo sesuai dengan roadmap yang ada?

P : Untuk sekarang ini mbak TBS sudah sampai tahap mandiri ya. Kita sudah pelan-pelan melepas atau hanya memantau mereka dan ternyata mereka sudah ada kemandirian dalam melakukan aktivitas sesuai kemampuan mereka hingga dapat menghasilkan pundi-pundi rupiah juga. Ya jadi stabil lah pendapatannya, itu sudah terlihat ya mbak.

P : Berapa banyak masyarakat yang tergabung dalam kelompok Amboja dan Bandrong?

I : Tadikan sudah ada ya datanya mbak sudah diberikan.

LAMPIRAN 5

SURAT IZIN PENELITIAN PT. PLN INDONESIA POWER SURALAYA PGU



FAKULTAS  
PSIKOLOGI &  
ILMU SOSIAL BUDAYA

Gedung Dr. Soekiman Wirjosandjojo  
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia  
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584  
T. (0274) 898444 ext. 2106, 2114  
F. (0274) 898444 ext. 2106  
E. [fpisb@uii.ac.id](mailto:fpisb@uii.ac.id)  
W. [fpisb.uii.ac.id](http://fpisb.uii.ac.id)

Tanggal : 14 November 2022  
Nomor : 2370/Dek/70/DURT/XI/2022  
Hal : Permohonan Ijin Pengambilan Data Skripsi

Kepada :  
Yth. Direktur PT. Indonesia Power Suralaya PGU

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa untuk menempuh ujian, bagi setiap mahasiswa diwajibkan membuat skripsi/tugas akhir.

Sehubungan dengan hal tersebut diperlukan data, baik dari Instansi Pemerintah maupun Swasta. Selanjutnya kami mohon ijin penelitian/pengambilan data mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tersebut dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Alfiera Salsabilla  
Nomor Induk Mahasiswa : 19321109  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pembimbing : Nadia Wasta Utami, S.I.Kom., M.A  
Judul Skripsi :

“Strategi Community Development PT. Indonesia Power Suralaya PGU di Masa Pandemi Covid-19”

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*



Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia

*[Handwritten Signature]*  
Dr. phil. Qurotul Uyun, S.Psi., M.Si., Psikolog

NIP: 963200102

*LAMPIRAN 6*

FOTO DOKUMENTASI BERSAMA NARASUMBER



Dokumentasi peneliti dengan Bapak Luthfie Masyhadi selaku Junior Officer Community Development PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU



Dokumentasi peneliti dengan Bapak Andi Dwi Laksono selaku Asisten Manager Humas dan Comdev PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU



Dokumentasi peneliti dengan Mbak Fatimah selaku Masyarakat Binaan Program Taman Budaya Suralaya



Dokumentasi peneliti dengan Bapak Luthfie Masyhadi selaku Junior Officer Community Development PT. PLN Indonesia Power Suralaya PGU untuk wawancara kedua