

**Implementasi dan Efektivitas Kegiatan *Corporate Social Responsibility* pada Badan Usaha Milik Negara  
(Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing PT Aneka Tambang  
(Persero) Tbk. Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia)**

**Annisa Eka Syafrina**

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya  
inankasya@gmail.com

**Abstrak**

PT Aneka Tambang Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia melaksanakan Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing sebagai salah satu kegiatan *Corporate Social Responsibility* perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing dan apakah kegiatan tersebut berjalan efektif. Penelitian ini menggunakan konsep *Public Relations*, *External Relations*, dan *Corporate Social Responsibility* sebagai pendekatan yang digunakan dalam mengetahui implementasi dan efektivitas kegiatan. Paradigma yang digunakan adalah *postpositivist* dan metode campuran (*mixed meethod*) sebagai metode penelitiannya. Teknik pengumpulan yang digunakan peneliti adalah dengan wawancara mendalam sebagai teknik pengumpulan data kualitatif serta kuesioner sebagai teknik pengumpulan data kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing terdiri dari empat tahap yaitu perencanaan, survey, pelaksanaan serta *monitoring* dan evaluasi. Semua tahap telah berjalan dengan baik, namun tahap *monitoring* dan evaluasi masih belum maksimal. Selain itu, Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing telah berjalan efektif dilihat dari indikator ekonomi dan sosial dengan skor rata-rata 53,45 yang memenuhi rentang kriteria penilaian yaitu >47,8-59,0.

**Kata kunci:** *Corporate Social Responsibility*, Efektivitas, Implemetasi, Komunitas

**Abstract**

*PT Aneka Tambang Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia implements Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing as one of the company's Corporate Social Responsibility activities. This study aims to determine how the implementation of Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing and whether the activity is effective. This study uses the concepts of Public Relations, External Relations, dan Corporate Social Responsibility as an approach used in knowing the implementation and effectiveness of activities. The paradigm used is postpositivist and mixed method as the research method. The collection technique used by researchers is in-depth interviews as qualitative data collection techniques and questionnaires as quantitative data collection techniques. The results of this study indicate that the implementation of the Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing consists of four stages, namely planning, surveying, implementation and monitoring and evaluation. All stages have gone well, but the monitoring and evaluation stage is still not optimal. In addition, the Pulo Kambing Kerabat Kerabat Bank Waste Development Program has been effective in terms of economic and social indicators with an average score of 53.45 that meets the range of assessment criteria > 47.8-59.0.*

**Keywords:** *Community, Corporate Social Responsibility, Effectiveness, Implementation.*

Diterima: 29 Agustus 2019, Direvisi: 26 September 2019, Diterbitkan: 10 Oktober 2019

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi seperti saat ini, peran *Public Relations* (PR) sangat penting dalam suatu perusahaan, guna membangun dan menjaga saling pengertian antara organisasi dengan publik atau *stakeholder*-nya, dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Salah satu publik yang menjadi sasaran PR adalah publik eksternal; yang seperti publik internal, memiliki peran penting dalam berlangsungnya suatu perusahaan. Karenanya, hubungan dengan publik eksternal atau *External Relations* harus selalu dibina. Salah satunya adalah dengan publik masyarakat sekitar (komunitas), yang oleh Jefkins didefinisikan sebagai kelompok orang yang tinggal di sekitar wilayah operasi suatu organisasi atau perusahaan<sup>1</sup>.

Baik komunitas maupun perusahaan, berada di tengah-tengah lingkungan yang terus berubah. Perubahan tersebut tentunya harus terus disikapi oleh perusahaan, agar dapat tetap dapat bertahan. Scott mengungkapkan salah satu cara untuk mempelajari organisasi atau perusahaan adalah memandangnya sebagai sistem<sup>2</sup> atau Teori Sistem. Teori ini menyatakan bahwa kemungkinan bertahannya suatu organisasi tergantung pada kemampuan organisasi tersebut menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Salah satu bentuk penyesuaian diri tersebut adalah dengan memelihara hubungan baik dengan masyarakat sekitar (komunitas), atau yang dikenal dengan istilah *Community Relations*. Saat ini, *Community Relations* dianggap sebagai program dalam upaya menyelesaikan permasalahan yang dihadapi komunitas, atau dalam bentuk tanggung jawab sosial korporat atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sankat mendefinisikan CSR sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan kualitas hidup *stakeholder* dari perusahaan itu sendiri<sup>3</sup>; dengan tujuan mempertanggungjawabkan tindakan-tindakan suatu perusahaan dan berusaha menimbulkan *impact* positif melalui aktivitas perusahaan<sup>4</sup>. Faktor lain yang mendorong suatu perusahaan melaksanakan kegiatan CSR, diantaranya adalah keberadaan Pasal 74 ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Yosol Iriantara. 2013. *Community Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, Hal. 22

<sup>2</sup> Popy Ruliana. 2014. *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, Hal. 53

<sup>3</sup> Bambang Rudito dan Melia Famiola. 2013. *CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Rekayasa Sains, Hal. 105

<sup>4</sup> Beni Bevly. 2012. *Corporate Social Responsibility: Hikmah Kegagalan dan Keberhasilan Strategi Bisnis di Amerika Serikat*. Jakarta: San Francisco School of Jakarta, Hal. 6

<sup>5</sup> Ujang Rusdianto. 2013. *CSR Communications: a Framework for Public Relations Practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu, Hal. ix

Salah satu Badan Usaha Milik Negara yang menerapkan kegiatan CSR terhadap komunitas sekitar perusahaan adalah PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian (UBPP) Logam Mulia; yang merupakan salah satu unit bisnis dari PT Aneka Tambang (Persero) Tbk.

Keseriusan perusahaan ini dalam melaksanakan kegiatan CSR dibuktikan dengan meraih Penghargaan Proper Hijau pada tahun 2015. Salah satu kegiatan CSR yang masih berlangsung hingga saat ini adalah program pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing (KPK). Program ini telah berlangsung sejak 2015 yang bertujuan untuk membina masyarakat khususnya masyarakat Pulo Kambing, yang memiliki volume sampah yang tinggi, agar dapat memanfaatkannya menjadi sesuatu yang berguna dan dapat menghasilkan, sehingga dapat meningkatkan taraf hidup keluarga.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua variabel, untuk melihat kegiatan CSR pada PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. UBPP Logam Mulia dari kedua sisi, yaitu baik dari pihak internal perusahaan maupun dari pihak eksternal, dalam hal ini masyarakat yang menjadi sasaran program pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi dan efektivitas kegiatan CSR Program Pembinaan Bank Sampah KPK PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. UBPP Logam Mulia.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### ***Public Relations***

Cutlip, Center, dan Broom mendefinisikan PR sebagai fungsi manajemen yang menyatakan, membentuk, dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan berbagai macam publik, dimana hal tersebut dapat menentukan sukses atau gagalnya organisasi<sup>6</sup>. Adapun peran *Public Relations* dalam organisasi menurut Dozier DM adalah sebagai berikut: (i) penasehat ahli; (ii) fasilitator komunikasi dan proses pemecahan masalah; dan (iii) sebagai *Communications Technician*<sup>7</sup>.

Sedangkan Anne Van der Meiden menjelaskan terdapat tiga fungsi utama *Public Relations*, salah satunya adalah menumbuhkan, dan mengembangkan hubungan baik antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup> Hairunnisa. 2015. *Public Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu, Hal. 18

<sup>7</sup> Popy Ruliana. *Op. Cit.* Hal. 194

<sup>8</sup> Maria A. Rumanti. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations: Teori & Praktik*. Jakarta: Grasindo, Hal. 203

### ***External Relations***

Salah satu publik dalam *Public Relations*, adalah Publik Eksternal. Hubungan Eksternal dapat dibagi dalam beberapa bentuk sesuai karakteristik dan kebutuhan organisasi; dan salah satunya adalah dalam bentuk hubungan dengan komunitas tertentu atau *Community Relations*<sup>9</sup>. Effendi mendefinisikan *Community* atau komunitas sebagai sekelompok orang yang bertempat tinggal di sekitar perusahaan<sup>10</sup>. *Community Relations* adalah kegiatan *Public Relations* dalam memelihara hubungan baik dengan masyarakat sekitar, yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan perusahaan<sup>11</sup>.

Komunitas sekitar perusahaan diibaratkan Jefkins, sebagai tetangga. Sehingga prinsip yang dikembangkan melalui *Community Relations* adalah mengembangkan hubungan bertetangga yang baik. Berbaik-baik dengan tetangga tentu sangat besar manfaatnya. Pabrik atau perusahaan yang ada akan dipandang oleh tetangga, dalam hal ini komunitas, seperti miliknya sendiri; sehingga terdapat keinginan untuk turut menjaga dan melindunginya<sup>12</sup>.

Baik komunitas maupun organisasi berada di tengah-tengah lingkungan yang terus berubah. Apabila ingin bertahan, maka perusahaan tersebut harus dapat menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Menjadi tugas seorang *Public Relations* untuk membantu organisasi dalam menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Salah satunya dengan menjadikan komunitas sebagai mitra, di mana perusahaan menampilkan dirinya sebagai lembaga sosial yang bersama-sama dengan komunitas berusaha memecahkan permasalahan yang dihadapi komunitas tersebut, dalam wujud tanggung jawab sosial perusahaan<sup>13</sup>.

### ***Corporate Social Responsibility***

Keberadaan perusahaan di lingkungan masyarakat hampir pasti membawa dampak negatif, disamping memiliki kemanfaatan untuk kesejahteraan dan pembangunan<sup>14</sup>. Karena itulah, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* nampaknya dapat dijadikan satu dari sekian alternatif yang patut dikembangkan sebagai strategi, keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat dan

---

<sup>9</sup> AA. AndiPate. 2015. *Paradigma Baru Public Relations: Teori, Strategi dan Riset*. Jakarta: Pustaka Indonesia, Hal. 43

<sup>10</sup> Effendy. *Op. Cit.* Hal. 152

<sup>11</sup> Hairunnisa. *Op. Cit.* Hal. 13

<sup>12</sup> Yosol Iriantara. *Loc. Cit.*

<sup>13</sup> *Ibid.* Hal. 79-80

<sup>14</sup> Nor. Hadi. 2014. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu, Hal. v

lingkungan, serta guna menjaga dan melakukan usaha-usaha preventif dan represif terhadap kemungkinan munculnya dampak negatif industrialisasi<sup>15</sup>. Adapun bidang-bidang yang mendapat perhatian untuk tanggung jawab sosial perusahaan, meliputi: (i) hak asasi manusia; (ii) hak-hak pekerja; (iii) pemeliharaan lingkungan hidup; (iv) pengembangan masyarakat (*Community Development*); (v) hubungan dengan pemasok; (vi) pemantauan; (vii) hak-hak *stakeholder*<sup>16</sup>.

Pengembangan masyarakat atau *Community Development* merupakan upaya pemberdayaan masyarakat melalui kemampuan dan potensi yang dimiliki suatu masyarakat. Dalam hal ini, masyarakat bertindak sebagai partisipan sekaligus pemetik manfaat (*beneficiaries*) dari pembangunan<sup>17</sup>.

Salah satu perusahaan yang memiliki kewajiban melaksanakan CSR adalah Badan Usaha Milik Negara atau BUMN. Pelaksanaan CSR pada BUMN tersebut, diantaranya diatur dalam: (i) Pasal 1 ayat 6; dan Pasal 11 ayat 2 huruf (e); Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor 05/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan<sup>18</sup>; serta (ii) ISO 26000 Tentang *International Guidance on Social Responsibility*<sup>19</sup>.

### **Implementasi Corporate Sosial Responsibility**

Implementasi *Corporate Sosial Responsibility* adalah model penerapan *Corporate Sosial Responsibility* yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya<sup>20</sup>; yang menurut Wheelen dan Hunger, terdiri dari: Pengorganisasian (*Organizing*); (ii) Penyusunan (*Staffing*); (iii) Pengarahan (*Directing*); (iv) Pengawasan (*Controlling*); dan Penilaian (*Evaluating*)<sup>21</sup>.

Dalam tahap *Organizing* ini, biasanya diadakan analisa situasi dan kondisi komunitas sasaran. Setelah itu, mengidentifikasi masalah yang dihadapi, untuk selanjutnya menentukan masalah apa yang dapat diselesaikan perusahaan melalui kegiatan *Community Relations*-nya<sup>22</sup>. Langkah selanjutnya adalah *Staffing* yaitu penyusunan sumber daya manusia yang diperlukan untuk mengisi kelompok tugas yang

---

<sup>15</sup> Nor. Hadi. *Op. Cit.* Hal. vi

<sup>16</sup> Yosai Iriantara. *Op. Cit.* Hal. 111

<sup>17</sup> Ibid. Hal. 173

<sup>18</sup> M. Ma'ruf Abdullah. *Op. Cit.* Hal. 46

<sup>19</sup> Totok Mardikanto. *Op. Cit.* Hal. 125

<sup>20</sup> Achmad Lamo Said. 2015. *Corporate Sosial Responsibility dalam Perspektif Governance*. Yogyakarta: Deepublish, Hal. 111

<sup>21</sup> Yosai Iriantara. *Op. Cit.* Hal. 123-144

<sup>22</sup> Yosai Iriantara. *Op. Cit.* Hal. 131

ada. Dalam tahap *directing*, dilakukan aktivitas berupa perintah, menugaskan, dan menuntun atau memandu dan memotivasi karyawan (bawahan) untuk melaksanakan pekerjaan guna mencapai tujuan-tujuan organisasi<sup>23</sup>. Selanjutnya dilakukan *controlling* sebagai proses untuk menetapkan apa saja yang telah dikerjakan, proses menilai, dan mengoreksinya agar pelaksanaan pekerjaan tersebut sesuai dengan rencana. Dalam konteks *Community Relations*, Pengawasan Strategis dilakukan guna melihat bagaimana kegiatan tersebut sejalan dengan rencana strategis perusahaan; Pengawasan Taktis berkenaan dengan pelaksanaan rencana strategis; Pengawasan Operasional dilakukan saat kegiatan tersebut sedang berjalan. Tahap terakhir adalah evaluasi, sebagai usaha preventif munculnya *variance* kesalahan dan kekurangefektifan suatu program yang sedang dilaksanakan<sup>24</sup>. Melalui evaluasi, akan diperoleh informasi tentang apa yang telah dicapai, dan mana yang belum, yang selanjutnya informasi ini digunakan untuk perbaikan dan peningkatan suatu program atau kegiatan.

### **Efektivitas *Corporate Social Responsibility***

Sebagai salah satu bentuk manajemen komunikasi yang dilakukan perusahaan, CSR membutuhkan pemantauan atau evaluasi apakah program tersebut berjalan efektif atau tidak. Efektivitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atau jasa kegiatan yang dijalankannya. Efektivitas menunjukkan keberhasilan dari segi tercapai tidaknya sasaran yang telah ditetapkan. Jika hasil kegiatan semakin mendekati sasaran, berarti makin tinggi efektivitasnya<sup>25</sup>. Sehingga dapat dikatakan bahwa pelaksanaan CSR akan menjadi efektif bila program yang dilakukan bermanfaat bagi semua pihak.

Menurut Wibisono Yusuf, untuk mengetahui tingkat keberhasilan atau efektivitas pelaksanaan program CSR, perlu dirumuskan ukuran keberhasilan program, yaitu<sup>26</sup>: indikator Internal, yang terdiri dari ukuran primer: minimize (meminimalkan konflik antara perusahaan dengan masyarakat sekitar, dengan harapan terwujudnya hubungan yang harmonis dan konduktif), aset (*asset* perusahaan (karyawan, pabrik, dll.) terjaga dan terpelihara dengan aman), operasional: kegiatan perusahaan selalu berjalan lancar dan

---

<sup>23</sup> Louis E. Boone dan David L. Kurtz. Alih Bahasa: Ali Akbar Yulianto dan Krista. *Pengantar Bisnis: Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat, Hal. 383

<sup>24</sup> Nor Hadi. *Op. Cit.* Hal. 147

<sup>25</sup> Sondang P. Siagian. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara, Hal. 24

<sup>26</sup> Nor Hadi. *Op.Cit.* Hal. 148-149

ukuran sekunder: tingkat penyakuran dan kolektabilitas (umumnya untuk PKBL BUMN), tingkat *compliance* (kepatuhan) pada peraturan yang berlaku. Selain itu, terdapat indikator eksternal, yang terdiri dari indikator ekonomi: meliputi adanya peningkatan: kualitas sarana dan prasarana umum; kemandirian masyarakat secara ekonomi; dan kualitas hidup bagi masyarakat secara berkelanjutan dan indikator sosial: meliputi frekuensi terjadinya konflik sosial; tingkat kualitas hubungan sosial antara perusahaan dan masyarakat; serta tingkat kepuasan masyarakat.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian metode campuran atau *Mixed Method*. *Mixed Methods* adalah koleksi, analisis, dan integrasi data kuantitatif maupun kualitatif dalam kajian tunggal atau bertahap<sup>27</sup>. Peneliti mengumpulkan data kualitatif dan kuantitatif, menganalisisnya secara terpisah, kemudian membandingkan hasil untuk melihat apakah temuan-temuan saling mengonfirmasi atau tidak.

Data kualitatif dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara mendalam kepada informan yang diambil dengan menggunakan prosedur purposif, yaitu salah satu strategi menentukan informan yang paling umum di dalam penelitian kualitatif, di mana pemilihan informan disesuaikan dengan kriteria yang relevan dengan masalah penelitian<sup>28</sup>. Informan kunci (*Key Informant*) dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility Senior Officer*. Data dan informasi lainnya diperoleh dari informan lainnya yaitu: *Human Capital, Corporate Social Responsibility*, dan *General Affairs* (HC, CSR & GA) *Manager*; serta *General Affairs, Corporate Social Responsibility and External Relations Assistant Manager*. Selain itu, untuk mendapatkan data operasional yang lebih akurat, peneliti juga melakukan wawancara dengan pendiri dan Direktur Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing.

Data kuantitatif dikumpulkan dengan membagikan kuesioner tertutup kepada sampel penelitian. Populasi penelitian ini adalah keseluruhan masyarakat yang menjadi sasaran kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia, dengan jenis populasi finit, karena jumlah individu yang pasti, yaitu 14 orang. Karena jumlah populasi dalam penelitian ini

---

<sup>27</sup> Jonathan Sarwono. 2011. *Mixed Methods: Cara Menggabung Riset Kuantitatif dan Riset Kualitatif Secara Benar*. Jakarta: Elex Media Komputindo, Hal. 1

<sup>28</sup> Burhan Bungin. 2014. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Grup, Hal. 143

relatif kecil yaitu kurang dari 30 orang, maka peneliti menggunakan jenis sampling sensus, dimana pengambilan anggota sampel adalah keseluruhan populasi. Analisis efektivitas pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dibentuk berdasarkan nilai indeks tertinggi dan nilai indeks terendah dari jawaban responden dalam kuesioner. Penelitian ini menggunakan rumus rentang skor atau kriteria sebagai berikut<sup>29</sup>:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan:

RS = rentang skala

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap item

Berdasarkan penelitian yang telah didapatkan:

$$RS = \frac{14(5-1)}{5}$$

$$RS = 11,2$$

Perhitungan skor

1. Skor terendah adalah 14, didapat dari perhitungan (jumlah sampel x bobot terendah = 14 x 1)
2. Skor tertinggi (skor ideal) adalah 70, didapat dari perhitungan (jumlah sampel x bobot tertinggi = 14 x 5)

**Tabel 1**  
**Rentang Kriteria Efektivitas Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing**

| Rentang Skor | Kriteria             |
|--------------|----------------------|
| 14 – 25,2    | Sangat Tidak Efektif |
| >25,2 – 36,4 | Tidak Efektif        |
| >36,4 – 47,8 | Kurang Efektif       |
| >47,8 – 59,0 | Efektif              |
| >59,0 – 70,2 | Sangat Efektif       |

Sumber: Hasil olahan penulis

<sup>29</sup> Gusmia Arianti, 2015. *Persepsi Pembaca Terhadap Berita Pembangunan Di Surat Kabar Daerah*. Tesis. Bogor: Pascasarjana Institut Pertanian Bogor.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Peran satuan kerja *Human Capital, Corporate Social Responsibility, and General Affairs* yang bertindak sebagai *Communications Facilitator* antara perusahaan dengan publiknya ini, sesuai dengan pendapat Dozier DM, yang menyatakan bahwa salah satu peran *Public Relations* adalah sebagai fasilitator komunikasi atau *Communications Facilitator* yang merupakan penghubung, penerjemah serta mediator perusahaan. Peran ini memiliki fungsi utama sebagai perantara yang menjaga terciptanya komunikasi dua-arah antara organisasi dengan publiknya.

Karena satuan kerja Hubungan Masyarakat (Humas) atau *Public Relations* hanya ada di kantor pusat, maka komunikasi yang terjadi pada perusahaan tersebut adalah Komunikasi Satu Pintu, di mana segala komunikasi yang terjadi, harus melalui kantor pusat. Misalnya bila ada pembukaan Butik Emas UBPP Logam Mulia, maka pihak kantor pusat-lah yang mengurus *media relations*-nya, dan sebagainya. Hal tersebut mengacu pada Undang-Undang Perseroan Terbatas.

Peran dan fungsi *Public Relations* juga diperlukan guna mengantisipasi krisis, mengingat lokasi perusahaan berada di lingkungan rawan tawuran. Contoh krisis pernah terjadi adalah pada Unit Bisnis Pertambangan (UBP) Emas di Pongkor, Jawa Barat pada bulan Agustus 2015. Peristiwa tersebut diawali ketika petugas keamanan menangkap dan mengamankan empat orang pelaku penambang tanpa izin (gurandil) diamankan. Tindakan tersebut memicu sekitar 300 orang masyarakat Desa Bantarkaret, Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor, melakukan aksi pemblokiran jalan akses menuju perusahaan tersebut. Alhasil, perusahaan yang bergerak di bidang pertambangan emas itu lumpuh menjadi tidak dapat beroperasi. Massa yang juga adalah penambang tanpa ijin tersebut menuntut PT. Antam Tbk. untuk melepaskan empat rekannya yang di tangkap keamanan perusahaan tersebut. Selain dibantu pihak kepolisian, kasus ini selesai karena adanya peran dari Hubungan Masyarakat (Humas) dari pihak PT. Aneka Tambang (Persero) Tbk.

Sebagai sebuah perusahaan, PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. UBPP Logam Mulia memiliki bermacam-macam *stakeholder* salah satunya adalah komunitas. Keberadaan komunitas di lingkungan PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. UBPP Logam Mulia dianggap penting oleh perusahaan. Karena menurut perusahaan, komunitas yang tinggal di sekitar lokasi perusahaan akan menunjang keberhasilan suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan, dikarenakan mereka-lah yang menjaga keamanan lingkungan sekitar perusahaan, sehingga perusahaan dapat beroperasi

sebagaimana seharusnya. Salah satu contoh komunitas yang berada di sekitar lingkungan PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. UBPP Logam Mulia adalah komunitas Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing.

Baik komunitas maupun perusahaan berada di tengah-tengah lingkungan yang terus berubah. Hal ini sesuai dengan Teori Sistem (*System Theory*) yang menyatakan bahwa organisasi atau perusahaan adalah sistem yang terbuka, karena berinteraksi dengan lingkungannya. Bahkan di era globalisasi ini perubahan yang terjadi sangatlah cepat. Perubahan tersebut tentunya harus selalu disikapi oleh perusahaan. Begitu pula yang terjadi pada PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. UBPP Logam Mulia. Salah satu bentuk penyesuaian diri tersebut adalah dengan memelihara hubungan baik dengan masyarakat sekitar (komunitas), yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan perusahaan, atau yang lebih dikenal dengan istilah *Community Relations*.

*Community Relations* harus senantiasa dijaga agar selalu harmonis. Menurut Jefkin, komunitas sekitar perusahaan diibaratkan sebagai tetangga. Sehingga prinsip yang ingin dikembangkan melalui *Community Relations* adalah mengembangkan hubungan bertetangga yang baik. Berbaik-baik dengan tetangga tentu sangat besar manfaatnya. Pabrik atau perusahaan yang ada akan dipandang oleh tetangga, dalam hal ini komunitas, seperti miliknya sendiri. Ada keinginan untuk turut menjaga dan melindunginya, karena faedah keberadaan pabrik atau perusahaan itu memang dirasakan oleh masyarakat sekitar. Bahkan, *Community Relations* yang terbangun dengan baik dapat menjadikan komunitas tersebut sebagai “perisai” atau “tameng” bagi perusahaan ketika menghadapi masalah.

Awalnya pendekatan pendekatan *Community Relations* yang dilakukan oleh PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. UBPP Logam Mulia adalah berupa pemberian donasi atau *charity*, namun dalam perkembangannya, serta agar sesuai dengan visi dan misi perusahaan, saat ini pendekatan *Community Relations* yang dilakukan adalah dengan menjadikan komunitas sebagai mitra perusahaan. Pendekatan *charity* biasanya dilakukan dalam bentuk sumbangan untuk anak yatim, atau dalam mendukung kegiatan-kegiatan jangka pendek masyarakat, misalnya: kegiatan peringatan Isra Miraj, Maulid Nabi, dan sebagainya. Sedangkan pendekatan *Community Relations* yang menjadikan komunitas sebagai mitra perusahaan diwujudkan dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Sebagai sebuah perusahaan yang berbentuk BUMN, dan bergerak di bidang pengolahan sumber daya alam, PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. UBPP Logam Mulia,

menyadari bahwa *Corporate Social Responsibility* atau CSR dapat dijadikan sebagai sarana untuk membangun hubungan baik dengan komunitasnya. Selain itu, CSR merupakan kewajiban sosial perusahaan yang pelaksanaannya diantaranya diatur oleh Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor 05/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, serta merujuk pada ISO 26000 Tentang *International Guidance on Social Responsibility*.

Sebagai perusahaan yang selalu berusaha menerapkan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*, kegiatan CSR pada PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. UBPP Logam Mulia, sudah dilaksanakan sudah cukup lama. Namun saat itu, kegiatan tersebut menggunakan istilah *Community Development*, walaupun dalam penerapannya, kegiatan tersebut lebih memiliki kecenderungan berupa pemberian *charity*. Karena pada dasarnya, bentuk tanggung jawab sosial perusahaan, dapat beragam dari yang bersifat *charity* hingga kegiatan yang bersifat pengembangan masyarakat.. Baru sekitar tahun 2013, pelaksanaan CSR dilaksanakan secara lebih komprehensif.

Saat ini, salah satu kegiatan CSR, PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. UBPP Logam Mulia adalah program pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing. Program ini telah dimulai sejak tahun 2015. Pemilihan kegiatan CSR berupa Bank Sampah ini dikarenakan perusahaan tak ingin hanya memberikan bantuan berupa *charity* lagi, namun sesuai dengan Pasal 11 ayat 2 huruf (e) Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor 05/MBU/2007, kegiatan ini memiliki ruang lingkup berupa bantuan pendidikan dan/atau pelatihan; merujuk pada ISO 26000, yaitu lebih kepada pengembangan masyarakat (*Community Development*), dalam hal ini berupa kegiatan lingkungan (*Environment*); dapat berorientasi pada tujuan atau target yang tercakup dalam SDGs (kehidupan yang sehat, pendidikan yang berkualitas serta kesetaraan gender); serta diharapkan dapat bermuara pada tujuan akhir *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu pembangunan berkelanjutan atau *Sustainability Development*.

Bank Sampah yang menjadi program pembinaan perusahaan ini adalah Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing. Dalam pelaksanaannya, PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. UBPP Logam Mulia melakukan pembinaan secara langsung terhadap warga binaannya. Untuk menjalankan tugas ini, pihak perusahaan menugaskan *CSR officer*-nya. Model atau pola tersebut disebut dengan model Keterlibatan Langsung. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Saidi dan Abidin, yang menyatakan bahwa salah satu model atau pola yang umum diterapkan perusahaan dalam melaksanakan CSR adalah

### Keterlibatan Langsung.

Proses pembentukan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing ini diawali ketika VN seorang wanita yang memiliki jiwa *entrepreneurship* yang tinggi, pada tanggal 8 Januari 2014, mendirikan Koperasi Kelompok Bersatu Kerabat Pulo Kambing. Beliau mendirikan koperasi ini dengan tujuan untuk membantu warga agar dapat terbebas hutang dari para rentenir. Dengan berjalannya waktu, banyak masyarakat yang mengeluh ingin menabung tetapi tidak memiliki uang yang cukup. Hal itulah yang kemudian mendorong VN untuk membentuk Bank Sampah, yaitu menabung dengan sampah. Hal itu pula mengapa dalam kegiatan ini para nasabah menerima hasil berupa tabungan dan bukan dalam bentuk *cash* (uang). Secara resmi Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing ini berdiri pada tanggal 2 Maret 2014.

Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing ini mulai mengajukan permohonan untuk menjadi warga binaan PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. UBPP Logam Mulia, sejak tahun 2014. Namun baru pada tahun 2015 mendapat persetujuan dari pihak perusahaan tersebut. Saat ini yang menjadi warga binaan PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. UBPP Logam Mulia berjumlah 14 orang, yang keseluruhannya adalah berprofesi sebagai ibu rumah tangga.

Program PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. UBPP Logam Mulia terhadap Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing ini berupa program yang bertujuan untuk melanjutkan proses pendidikan non formal dengan pendidikan *life skill*. Sehingga Ibu-ibu rumah tangga dapat memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Kegiatan ini juga merupakan kegiatan *Developing Process Improvement*, yaitu melakukan kegiatan pengurangan sampah dan mengolahnya kembali melalui proses daur ulang. Misalnya: koran bekas dibuat menjadi tempat tisu, dan sebagainya.

Dalam program pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing ini, PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. UBPP Logam Mulia selaku perusahaan pelaksana, juga tidak melupakan untuk melaksanakan empat tanggung jawab yang tercakup pada piramida Archie B. Carroll, yang meliputi *Economic, Legal, Ethical, dan Philanthropic Responsibilities*. Tanggung jawab ekonomi (*Economic Responsibilities*) diwujudkan dengan adanya batasan dana yang disalurkan pada program Bank Sampah ini, mengingat perusahaan harus mampu menghasilkan profit usaha guna mempertahankan eksistensi dan perkembangan operasional-bisnis perusahaan selanjutnya. Tanggung jawab hukum (*Legal Responsibilities*) dicerminkan dalam pelaksanaan program Bank Sampah ini

mengacu pada Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor 05/MBU/2007 dan ISO 26000. Tanggung jawab etis (*Ethical Responsibilities*) mencerminkan perusahaan selalu berperilaku etis dan bermitra dengan komunitas Pulo Kambing. Tanggung jawab filantropis (*Philanthropic Responsibilities*) ditunjukkan lewat pemilihan pengelolaan lingkungan, dalam hal ini pada lingkungan Pulo Kambing dalam program CSR-nya.

Implementasi Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing terdiri dari empat tahap utama yaitu perencanaan, survey, pelaksanaan, serta monitoring dan evaluasi.

Tahap perencanaan merupakan langkah pertama yang dilakukan PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia untuk menyusun program yang sesuai dengan peraturan seperti Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor 05/MBU/2007; ISO 26000; visi misi perusahaan, serta SDGs. Pada tahap ini perusahaan juga melakukan kegiatan *social mapping* untuk mencari tahu hal-hal apa saja yang menjadi pokok permasalahan dari program tersebut, merumuskan tindakan apa saja yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah dan menyesuaikan tindakan tersebut dengan kemampuan perusahaan. Dari hasil *social mapping* dalam merencanakan Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing, PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia menemukan bahwa Pulo Kambing, sebagai ring tiga perusahaan, memiliki banyak isu sosial seperti volume sampah yang bisa mencapai empat ton setiap minggunya, tingginya tingkat pengangguran dan kriminalitas, serta memiliki hutang dengan rentenir. Perusahaan melihat hal tersebut sebagai potensi besar untuk dilakukan pembinaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Jefkins yang menyatakan bahwa salah satu alasan mengapa perusahaan menetapkan masyarakat sebagai publiknya, adalah untuk mengidentifikasi segmen publik yang paling tepat untuk dijadikan sebagai sasaran program *Public Relations*. PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia kemudian merumuskan tindakan apa saja yang dapat dilakukan untuk mengatasi isu sosial tersebut dan ditemukan hasil bahwa isu sosial tersebut dapat dibantu dengan melakukan kegiatan pembinaan.

Program pembinaan Bank Sampah ini merupakan program yang terbentuk karna kebutuhan kedua belah pihak baik pihak perusahaan maupun pihak Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing. Ketika program ini direncanakan, PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia sedang menyusun program

kerja *Corporate Social Responsibility* yang terkait isu lingkungan. Disisi lain, pihak Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing juga mencari perusahaan yang bisa mendukung kegiatan mereka. Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing yang lama telah berdiri memiliki visi dan misi yang sama dengan perusahaan, dan relatif mandiri sehingga PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia tidak perlu mengeluarkan *effort* yang terlalu besar. Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat berorientasi pada beberapa tujuan atau target yang tercakup dalam SDGs, seperti kehidupan yang sehat, pendidikan yang berkualitas serta kesetaraan gender. Misalnya: dengan adanya bank sampah, diharapkan lingkungan Pulo Kambing menjadi lebih bersih dan sehat; dapat memberi kesempatan belajar bagi Ibu-Ibu tanpa terkecuali; dan Bank Sampah ini membuka kesempatan untuk memberdayakan perempuan di lingkungan Pulo Kambing. SDGs atau *Sustainable Development Goals* adalah sebuah program pembangunan berkelanjutan dimana di dalamnya terdapat tujuh belas tujuan dengan 169 target yang terukur dengan tenggat waktu yang ditentukan. SDGs merupakan agenda pembangunan dunia yang bertujuan untuk kesejahteraan manusia dan planet bumi.

Dari awal perencanaannya, Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing ini di susun secara bertahap dan dilaksanakan selama empat tahun. Hal ini dikarenakan PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia sedang mengarahkan program *Corporate Social Responsibility* perusahaan ke arah *sustainable* atau berkelanjutan, sehingga bukan program yang hanya diselenggarakan sekali.

Selanjutnya setelah memutuskan akan menyelenggarakan Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing, perusahaan melakukan survei untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan untuk melaksanakan program. Survei juga dilakukan untuk melakukan pengecekan data yang telah diterima perusahaan sebelumnya dengan kondisi di lapangan.

Setelah data di lapangan sesuai dengan data yang dimiliki perusahaan, maka perusahaan melaksanakan Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing. Dalam melaksanakan Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing kepada 14 warga binaan, PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia menggunakan salah satu ruang lingkup *Community Development* yaitu *Community Empowerment* sebagai program-program yang memberi akses lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya, yang berupa kegiatan pelatihan. Kegiatan pelatihan tersebut merupakan permintaan langsung pihak

Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing kepada perusahaan, sehingga pelatihan yang diselenggarakan disesuaikan dengan kebutuhan warga binaan. Setiap tahunnya, Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini terlihat dari jumlah nasabah yang terus bertambah. Selain itu, aset yang dimiliki Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing juga saat ini mencapai hingga ratusan juta rupiah.

Dalam melaksanakan program ini, tentunya tidak terlepas dari hambatan-hambatan seperti hambatan terkait anggaran, pemahaman internal perusahaan, ketersediaan praktisi *Public Relations* yang terbatas, serta dukungan dari pemerintah. Hambatan terkait anggaran disebabkan karena adanya prinsip *profit* yang harus dipenuhi juga oleh perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing telah memenuhi prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* yaitu: *profit*, dimana pihak perusahaan tetap membatasi anggaran program karena memikirkan keuntungan perusahaan; *people*, karna program terkait dengan masalah kesejahteraan masyarakat Pulo Kambing; serta *planet*, yaitu terkait dengan kepedulian terhadap lingkungan hidup dalam hal ini masalah sampah yang menjadi isu sosial. Selain hambatan terkait anggaran, perusahaan juga memiliki hambatan terkait pemahaman internal perusahaan yang memandang program *Corporate Social Responsibility* hanya berupa *charity* sehingga Program Pembinaan Bank Sampah yang berlangsung setiap tahunnya dipertanyakan pihak internal. Selain itu, ketersediaan praktisi *Public Relations* yang terbatas, membuat monitoring dan evaluasi program berjalan kurang maksimal. Susahnya mendapatkan dukungan dari pemerintah juga menjadi kendala program ini. Disisi lain, dari pihak Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing, hambatan yang dirasakan adalah proses birokrasi yang cukup lama.

Dalam mengatasi hambatan terkait anggaran, perusahaan menyiaati dengan memberikan bantuan lain kepada warga binaan dalam bentuk ide dan dukungan spiritual serta terus melakukan komunikasi efektif kepada warga binaan. Sedangkan untuk mengatasi hambatan terkait ketersediaan praktisi *Public Relations*, pihak perusahaan menggunakan jasa konsultan untuk membantu dalam pelaksanaan program.

Tahap monitoring Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing belum berjalan maksimal. Hal ini terkait dengan hambatan ketersediaan praktisi *Public Relations* yang terbatas. Pihak perusahaan menyadari bahwa hal itu bisa menyebabkan masalah dan harus segera dibenahi. Sementara itu, dalam mengevaluasi Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing, PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia menyelenggarakan kegiatan CSI

(*Customer Satisfaction Index*) untuk melihat kepuasan masyarakat terhadap program *Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan.

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui apakah program berjalan efektif atau tidak. Efektivitas internal perusahaan dapat dilihat dari indikator primer (yang meliputi minimalisir konflik, aset perusahaan yang terjaga, serta kegiatan perusahaan berjalan lancar) dan indikator sekunder (yang melihat program *Corporate Social Responsibility* dari sisi regulasi).

Sebelum diselenggarakannya Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing, belum terdapat hubungan antara perusahaan dengan masyarakat karena Pulo Kambing merupakan wilayah ring tiga yang berjarak cukup jauh dengan perusahaan. Sehingga meskipun sebelumnya telah terdapat hubungan, hubungan yang terbentuk belum terstruktur dan sistematis.

Setelah Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing dilaksanakan, hubungan perusahaan dengan masyarakat menjadi jauh lebih baik, bahkan secara tidak langsung menjadi sarana *brand awareness* yang dapat meningkatkan *trust* masyarakat dan reputasi perusahaan. Hal tersebut juga dirasakan oleh pihak Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing yang mengakui bahwa hubungan dengan PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia menjadi bagus.

Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing memberikan manfaat baik bagi perusahaan maupun Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing. Manfaat yang dirasakan perusahaan adalah aset perusahaan terjaga dan kegiatan operasional perusahaan berjalan lancar. Hal ini dikarenakan masyarakat memiliki rasa kepemilikan terhadap perusahaan sehingga lingkungan perusahaan dijaga oleh masyarakat sekitar. Sementara itu disisi lain, manfaat yang dirasakan warga binaan disamping peningkatan taraf hidup, warga binaan juga memperoleh manfaat kesehatan karna lingkungan sekitar menjadi lebih bersih. Selain itu, warga binaan juga mendapatkan manfaat edukasi khususnya bagaimana cara mengolah sampah menjadi sesuatu yang bermanfaat dan memiliki nilai jual. Hal ini terlihat dari produk guna ulang yang dihasilkan dari Bank Sampah Pulo Kambing. Saat ini, warga binaan Bank Sampah Pulo Kambing memiliki pengetahuan baru bagaimana membuat anyaman dompet dan tas berbahan dasar sampah.

Penyelenggaraannya, baik pihak perusahaan maupun pihak Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing merasa program ini berjalan efektif hingga mencapai 80%. Perusahaan memandang program ini sebagai program yang efektif dilihat dari

perkembangan Bank Sampah Pulo Kambing yang pesat. Disisi lain, pihak Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing merasa program tersebut efektif dikarenakan pelatihan yang dilakukan disesuaikan dengan kebutuhan warga binaan sehingga berjalan efektif.

Keefektivan Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing juga dibuktikan dengan nilai rata-rata skor indikator ekonomi dan sosial sebesar 53,45 yang memenuhi rentang kriteria penelitian yaitu  $>47,8 - 59,0$ . Angka tersebut menunjukkan bahwa pesan yang ingin disampaikan perusahaan kepada warga binaan tersampaikan. Warga binaan merasakan manfaat langsung dari program yang diselenggarakan perusahaan.

Indikator efektivitas ekonomi kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang digunakan adalah luas penampungan sampah, jumlah nasabah, jumlah anggota aktif, besarnya simpanan sukarela, besarnya distribusi Simpanan Hasil Usaha (SHU), prosedur lapak yang dijalankan, penghasilan tambahan, mengatasi masalah hutang, memenuhi kebutuhan sehari-hari, besarnya pemenuhan kebutuhan sehari-hari, kontinuitas penghasilan tambahan, serta peluang untuk membuka usaha baru.

Indikator jumlah anggota aktif, membuka peluang usaha baru, penghasilan tambahan yang rutin, serta mengatasi masalah hutang memiliki persentase terbesar yaitu sebesar 9%. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun hasil penelitian menunjukkan keefektivitasan namun tidak ada indikator yang menonjol dan data yang dihasilkan cenderung sama. Hal ini bisa disebabkan karena teknik pengumpulan data berupa kuesioner memuat informasi yang menyangkut kepentingan responden sehingga responden menjawab untuk melindungi kepentingan dan hasil yang didapatkan cenderung subjektif.

Luas tempat penampungan sampah Pulo Kambing sebesar kurang lebih 6 m<sup>2</sup> dirasa cukup untuk menampung sampah oleh warga binaan dikarenakan saat ini, Bank Sampah memiliki rekanan lapak yang dapat langsung membawa sampah dari masyarakat, sehingga sampah dari masyarakat hanya singgah pada Bank Sampah Pulo Kambing.

Selain itu, koperasi Bank Sampah semakin maju yang dibuktikan dengan jumlah nasabah yang terus bertambah setiap tahunnya. Kenaikan jumlah nasabah setiap tahunnya dapat mencapai 50% hingga 100% anggota. Lebih dari setengah anggota koperasi merupakan anggota aktif. Dari 800 orang anggota, lebih dari 475 orang anggota tercatat sebagai anggota yang aktif. Selain itu, simpanan sukarela yang dibayarkan masyarakat juga mengalami kenaikan. Jika pada awalnya masyarakat hanya memberikan

simpanan sukarela sebesar Rp 10.000-15.000, saat ini simpanan sukarela yang dibayarkan bisa mencapai Rp 20.000-30.000. Hal ini tentunya berdampak pada besarnya Sisa Hasil Usaha (SHU) yang didistribusikan kepada anggota koperasi pada akhir tahun.

Prosedur lapak sampah yang dijalankan juga mudah, dimana Bank Sampah Pulo Kambing memanggil lapak di tempat pengumpulan sampah setelah menghitung sampah dari masyarakat dan mengkonversikan sampah tersebut ke dalam rupiah.

Tingkat peningkatan kemandirian masyarakat secara ekonomi dapat dilihat dari penghasilan tambahan yang diperoleh masyarakat dari Bank Sampah Pulo Kambing dapat mengatasi masalah hutang dan mencukupi kebutuhan sehari-hari sebesar lebih dari 20%.

Tingkat peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat secara berkelanjutan terlihat dari penghasilan tersebut diperoleh secara rutin setiap bulan dan kegiatan bank sampah Pulo Kambing membuka peluang usaha baru bagi masyarakat. Dengan keterampilan baru yang dimiliki, masyarakat dapat membuka peluang baru seperti usaha menyediakan *souvenir* pernikahan, dan berbagai peluang usaha lainnya.

Indikator efektivitas sosial kegiatan *Corporate Social Responsibility* dalam Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing dinilai efektif.

Indikator sosial yang diteliti memiliki persentase yang relatif kecil yaitu sebesar 6-7%. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun hasil penelitian menunjukkan keefektivitasan namun tidak ada indikator yang menonjol dan data yang dihasilkan cenderung sama. Hal ini bisa disebabkan karna teknik pengumpulan data berupa kuesioner memuat informasi yang menyangkut kepentingan responden sehingga responden menjawab untuk melindungi kepentingan dan hasil yang didapatkan cenderung subjektif.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang diselenggarakan PT Aneka Tambang Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia membuat masyarakat menjadi lebih mengetahui keberadaan perusahaan tersebut. Sebelum diselenggarakannya Program Pembinaan Bank Sampah Pulo Kambing, tidak sedikit masyarakat yang tidak mengetahui yang akhirnya memunculkan pertanyaan di benak masyarakat, perusahaan apa itu PT Aneka Tambang. Program Pembinaan Bank Sampah Pulo Kambing menambah pengetahuan masyarakat mengenai perusahaan tersebut sehingga ketika mendengar nama perusahaan tersebut, masyarakat tidak lagi bertanya-tanya.

Program ini juga dinilai masyarakat memberi pengaruh positif. Hal ini dapat terlihat dari volume sampah yang berkurang. Pulo Kambing merupakan wilayah padat

penduduk sehingga volume sampah yang dihasilkan perharinya sangat banyak. Bank Sampah Pulo Kambing dapat mengurangi volume sampah hingga 50%. Daerah yang bersih tentunya membuat kesehatan masyarakat sekitar menjadi lebih baik. Saat ini, masyarakat Pulo Kambing menjadi jarang terkena penyakit khususnya penyakit yang disebabkan oleh lingkungan yang kotor. Selain itu, program ini juga dapat mengurangi tingkat kriminalitas di daerah Pulo Kambing. Pengasilan tambahan yang diperoleh dari Bank Sampah Pulo Kambing membuat masyarakat dapat memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

Program ini juga menjadi sarana edukasi bagi masyarakat dalam hal membuat masyarakat lebih memahami, bagaimana cara mengolah sampah menjadi sesuatu yang bermanfaat dan memiliki nilai jual. Selama ini masyarakat beranggapan bahwa sampah hanyalah sampah dan tidak dapat memiliki nilai jual bahkan tidak dapat digunakan lagi. Dengan diselenggarakannya Program Binaan Bank Sampah Pulo Kambing, masyarakat bisa merubah masalah terbesar wilayahnya menjadi keuntungan wilayah. Selain itu, masyarakat juga memperoleh ketrampilan baru berupa kerajinan tangan. Dalam program binaan Bank Sampah Pulo Kambing, masyarakat diberi pengarahan bagaimana mengolah sampah menjadi produk kerajinan tangan seperti tas, dompet, dan lain-lain.

Dalam pelaksanaannya, PT Aneka Tambang Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia turun langsung ke lapangan dan membantu kegiatan Bank Sampah Pulo Kambing. Perwakilan perusahaan secara rutin mengunjungi Bank Sampah Pulo Kambing untuk memantau apa kebutuhan Bank Sampah Pulo Kambing.

Menjadi warga binaan PT Aneka Tambang Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia memberikan keuntungan tersendiri bagi Bank Sampah Pulo Kambing. Bank Sampah Pulo Kambing yang awalnya diragukan badan hukumnya oleh lingkungan, saat ini menjadi lebih dipercaya karna menggandeng nama PT Aneka Tambang Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia. Sehingga kegiatan Bank Sampah Pulo Kambing menjadi lebih mudah.

Manfaat lain yang dirasakan warga binaan dari program ini adalah kualitas hubungan antarmasyarakat dan antara masyarakat dengan perusahaan. Dengan adanya kegiatan Bank Sampah Pulo Kambing, masyarakat yang awalnya tidak saling mengenal satu sama lain menjadi mengenal bahkan memiliki hubungan erat dengan masyarakat lain. Selain itu, hubungan dengan perusahaan juga menjadi jauh lebih baik. Pihak perusahaan yang tadinya tidak terjangkau masyarakat, saat ini menjadi rekan warga. Hal ini tentunya berdampak pada ketidakberatan masyarakat kepada Antam dalam

menyelenggarakan kegiatan operasional perusahaannya, karena masyarakat merasa telah menjadi bagian dari keluarga besar PT Aneka Tambang UBPP Logam Mulia.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Dalam pelaksanaan Program Pembinaan Bank Sampah Pulo Kambing, semua tahap implementasi telah dilakukan dengan baik oleh perusahaan. Namun, tahap *monitoring* dan evaluasi belum maksimal dikarenakan terdapat kekurangan praktisi *Public Relations* pada perusahaan. Program Pembinaan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing memberikan manfaat baik kedua belah pihak, baik itu perusahaan maupun Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan berhasil membentuk adanya saling kesepahaman atau saling pengertian (*mutual understanding*) dengan penerima pesan dalam menerjemahkan isi pesan sehingga program memberikan manfaat bagi kedua belah pihak.

### **Saran**

Dari hasil penelitian, penulis menyarankan kepada PT Aneka Tambang Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia disarankan segera menambah praktisi *Public Relations* pada perusahaannya. Hal ini dikarenakan keterbatasan SDM praktisi *Public Relations* membuat monitoring dan evaluasi program tidak berjalan maksimal. Kurangnya kegiatan monitoring dan evaluasi dapat menyebabkan program menjadi tidak efektif yang tentunya akan merugikan perusahaan. Selain itu, dari data kuantitatif diperoleh data bahwa indikator besarnya penghasilan dapat memenuhi (menutupi) kebutuhan sehari-hari diatas 20% memiliki total rata-rata skor terkecil yaitu sebesar 49. Disarankan kepada perusahaan untuk membantu warga binaan dengan memberi ide-ide dan membuka jaringan untuk kemajuan dan keberhasilan Bank Sampah.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, M. Ma'ruf. 2015. *Manajemen Komunikasi Korporasi*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- AndiPate, AA. 2015. *Paradigma Baru Public Relations: Teori, Strategi dan Riset*. Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Ardianto, Elvinaro. 2014. *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Arianti, Gusmia. 2015. *Persepsi Pembaca Terhadap Berita Pembangunan Di Surat Kabar Daerah*. Tesis. Bogor: Pascasarjana Institut Pertanian Bogor.
- Bevly, Beni. 2012. *Corporate Social Responsibility: Hikmah Kegagalan dan Keberhasilan Strategi Bisnis di Amerika Serikat*. Jakarta: San Francisco School of Jakarta.
- Boone, Louis E. dan David L. Kurtz. Alih Bahasa: Ali Akbar Yulianto dan Krista. *Pengantar Bisnis: Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat.
- Bungin, Burhan. 2014. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Hadi, Nor. 2014. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hairunnisa. 2015. *Public Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Iriantara, Yosol. 2013. *Community Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rudito, Bambang dan Melia Famiola. 2013. *CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Ruliana, Popy. 2014. *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Rumanti, Maria A. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations: Teori & Praktik*. Jakarta: Grasindo.
- Rusdianto, Ujang. 2013. *CSR Communications: a Framework for Public Relations Practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ruslan, Rosady. 2008. *CSR Seri ke 1 dan 2*. <http://rosadyruslan-humas.blogspot.co.id/2008/12/csr-seri-ke-1-dan-2-corporate-social.html>  
Diakses pada hari Jumat, tanggal 14 Oktober 2016, Pukul 19.07 WIB
- Said, Achmad Lamo. 2015. *Corporate Sosial Responsibility dalam Perspektif Governance*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sarwono, Jonathan. 2011. *Mixed Methods: Cara Menggabung Riset Kuantitatif dan Riset Kualitatif Secara Benar*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Siagian, Sondang P. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.