

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI COMMUNITY DEVELOPMENT PROGRAM POSDAYA (POS PEMBERDAYAAN KELUARGA) PT. HOLCIM INDONESIA TBK PABRIK CILACAP

Agus Triyono

Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta

E-mail : agus.triyono@ums.ac.id

ABSTRAK :

Pendekatan terbaru yang berkembang dalam mengkaji kehidupan perusahaan adalah bahwa perusahaan pada saat ini tidak hanya berorientasi pada pencarian keuntungan (*profit*) semata, akan tetapi mulai berpikir bagaimana perusahaan berkontribusi terhadap keseimbangan alam (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant adalah perusahaan yang bergerak dalam produksi semen yang mempunyai kecenderungan memberikan polusi udara dan suara yang dapat merugikan masyarakat sekitar perusahaan. Dengan metode kualitatif penelitian ini bermaksud untuk mencari bagaimanakah implementasi strategi pengelolaan CSR dengan program Posdaya yang telah dilakukan oleh PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant dalam rangka memberdayakan masyarakat yang berada disekitar perusahaan tersebut. Metode pengumpulan data berupa FGD dan dokumentasi yang selanjutnya akan diolah dengan analisis interaktif Miles dan Huberman. Sedangkan untuk validitas penelitian, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Holcim berkonsentrasi pada pemberdayaan masyarakat berbasis 4 pilar, yaitu kesehatan, pendidikan, ekonomi dan lingkungan. Untuk tahapan dalam pelaksanaan Posdaya dilakukan dengan 2 tahapan, yakni analisa kebutuhan dan dilanjutkan sosialisasi kepada masyarakat yang akan menjadi subjek pelaksana Posdaya. Dalam melaksanakan kegiatan Posdaya tersebut dijalankan dengan kegiatan CSR, serta menjalin hubungan dengan komunitas, pemerintah dan LSM, berpusat pada community relation department. PT Holcim.

Kata kunci : PT Holcim Indonesia, Posdaya, community development

A. PENDAHULUAN

Perusahaan harus menyelaraskan pencapaian kinerja dengan kinerja sosial dan kinerjalingkungan atau disebut *triple bottom-line performance*. Penyelarasan ketiga kinerja tersebut pada akhirnya akan membuat perusahaan mampu meraup berkah dan keuntungan yang langgeng. Untuk menyelaraskan kinerjanya, serta tetap menjunjung tinggi kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat, perusahaan menggunakan strategi *corporate*

social responsibility (CSR). CSR merupakan kewajiban asasi perusahaan yang tidak bisa dihindari. Dasar argumentasinya adalah teori akuntabilitas korporasi (*corporate accountability theory*). Menurut teori ini, perusahaan bertanggungjawab atas semua konsekuensi yang ditimbulkan dari operasional perusahaan.

PT. Holcim Indonesia merupakan salah satu diantara banyak perusahaan multinasional yang memiliki keinginan untuk tampil menjadi yang terbaik di mata masyarakat luas. Salah

satu cara yang dilakukan adalah menjalin hubungan baik dengan perusahaan dan stakeholder, baik pihak intern perusahaan (karyawan dan keluarga) maupun pihak ekstern perusahaan seperti pemerintah, masyarakat maupun konsumen dalam rangka penciptaan citra positif perusahaan untuk menunjang kelancaran operasional serta untuk mengetahui harapan publik (internal/eksternal) terhadap PT.Holcim Indonesia itu sendiri khususnya.

Program CSR yang dilakukan selama ini sejalan dengan prioritas Pemerintah Daerah, yaitu pengentasan kemiskinan dan memperpanjang masa sekolah serta program POSDAYA (Pos Pemberdayaan Keluarga). Sejauh ini Konsep Posdaya untuk Perusahaan, baru diterapkan oleh PT.Holcim Indonesia Tbk. Di Cilacap, perusahaan seperti Pertamina dan PLTU belum menggunakan konsep Posdaya sebagai kegiatan CSRnya.

Dari latar belakang tersebut, dalam penelitian kali ini fokus permasalahan utama yang akan peneliti kaji adalah bagaimanakah implementasi program *community development* POSDAYA oleh PT Holcim Tbk pada masyarakat?

B. PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh beberapa peneliti dengan tema serupa, antara lain :

1. Tustiana, 2012. Penelitian tersebut mengenai strategi komunikasi *public relations* terhadap citra perusahaan. Penelitian tersebut menggambarkan sosialisasi *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh *public relations* dalam Program Tress For Life; Penanaman 2.916

Pohon Trembesi sepanjang jalan Semarang-Kudus terhadap citra perusahaan. Hasil penelitiannya adalah menunjukkan bahwa sosialisasi yang digunakan perusahaan dalam CSR Tress For Life; Penanaman 2.916 Pohon Trembesi sepanjang jalan Semarang- Kudus efektif dan sesuai karakteristik stakeholders serta berhasil menciptakan citra positif bagi PT. Djarum.

2. Dewani, 2009. Dalam penelitiannya membahas mengenai Kebijakan, Implementasi, dan Komunikasi CSR PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. Peneliti tersebut membahas kebijakan pada kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Indocement berdasarkan prinsip *triple bottom line*, mengidentifikasi partisipasi peserta dalam implementasi program CSR, menganalisis manfaat program CSR dan hubungannya dengan tingkat partisipasi peserta dalam implementasi program CSR, serta mengidentifikasi bentuk komunikasi CSR PT. Indocement kepada stakeholder.
3. Setyaningrum, 2011. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh implementasi CSR PT. Apac Inti Corpora terhadap kesejahteraan hidup masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan yaitu *Corporate Social Responsibility Goal*, *Corporate Social Issue*, dan *Corporate Relation Program* secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat.
4. Mardiyanto, 2013. Tingkat efektivitas kelompok posdaya menjadi dasar kajian kegiatan penelitian ini, dengan menggunakan kelompok posdaya sebagai kasus. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa: (1) Tingkat efektivitas

kelompok posdaya dalam meningkatkan keberdayaan keluarga juga relatif tinggi.

(2) Terdapat pengaruh peran pemerintah, karakteristik kelompok, dan peran fasilitator terhadap tingkat partisipasi anggota dan tingkat efektivitas kelompok.

(3) Faktor utama yang paling berpengaruh terhadap tingkat efektivitas kelompok dalam meningkatkan keberdayaan keluarga adalah tingkat partisipasi anggota.

5. Mujiono, dkk tahun 2009. Pada penelitian tersebut, tujuan yang hendak dicapai adalah bagaimana penerapan konsep Posdaya. dalam upaya pembangunan sosial dan ekonomi keluarga untuk pengentasan kemiskinan. Berdasarkan analisis kinerja dan identifikasi masalah dalam pengelolaan Posdaya., terdapat beberapa hal yang dapat disusun untuk pengembangan Posdaya., yakni : (1) perlunya pelatihan untuk meningkatkan kualitas pengurus dan kader, (2) resosialisasi Posdaya. secara vertikal dan horizontal ke seluruh pihak, (3) membangun jejaring usaha produktif untuk memacu pertumbuhan usaha ekonomi masyarakat, (4) pembelajaran dan pemotivasian pengurus/kader melalui kegiatan studi banding dan benchmarking, (5) pengembangan koperasi sebagai wadah kegiatan ekonomi masyarakat.

Dari beberapa penelitian tersebut, pada penelitian kali ini peneliti akan memfokuskan permasalahan penelitian pada implementasi program *community development* Posdaya. oleh PT Holcim Indonesia Tbk pada masyarakat Sehingga berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Temuan penelitian yang akan dihasilkan ini adalah bentuk evaluasi dari masyarakat selaku pelaksana Posdaya terhadap apa yang sudah diberikan oleh PT Holcim Tbk kepada masyarakat.

C. CSR DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT

Melalui kegiatan CSR, perusahaan mengajak masyarakat untuk menyalurkan ide, aspirasi dan pendapat terkait apa yang menjadi harapan dan tujuan masing-masing pihak. Berkaitan dengan *community development*, CSR perusahaan dilakukan bersama komunitas (masyarakat) sekitar dengan kegiatan sejenis pengembangan masyarakat lokal atau *community development*. Masyarakat lokal yang dimaksudkan adalah masyarakat yang berada di sekitar operasi perusahaan dan tidak memiliki hubungan secara kontraktual dengan perusahaan. Kegiatan CSR melalui *community development* diupayakan agar mampu memberdayakan potensi masyarakat lokal sehingga dapat memberi manfaat jangka panjang bagi perusahaan dan masyarakat itu sendiri.

Corporate social responsibility (CSR) menurut The World Business Council For Sustainable Development (WBCSD), adalah sebuah upaya tanggung jawab social perusahaan sebagai: “*Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to Economic Development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large* (Nova, 2012:314). Maksudnya adalah komitmen berkelanjutan dari para pelaku bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hidup dari para pekerja dan keluarganya serta masyarakat lokal dan masyarakat secara luas.

Dalam program perusahaan, ada bagian terpenting yang tidak bisa diabaikan yaitu masyarakat. Masyarakat merupakan elemen penting yang perlu diperhatikan di tengah-

tengah operasional perusahaan itu berada. Artinya dengan kesadarannya, perusahaan harus bisa membawa masyarakat (komunitas lokal) ke arah kesejahteraan dan kemandirian tanpa merusak tatanan sosial budaya yang ada.

Budimanta menjelaskan bahwa *community development* adalah kegiatan pengembangan masyarakat yang diselenggarakan secara sistematis, terencana, dan diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat guna mencapai kondisi sosial, ekonomi, dan kualitas kehidupan yang lebih baik (Rahman, 2009:108). Pada hakikatnya *community development* adalah upaya pemberdayaan yang dilakukan oleh perusahaan, pemerintah dan masyarakat lokal.

Pelaksanaan program *community development* menurut AB Susanto dapat dilakukan dengan siklus pengembangan komunitas yang dimulai dengan prinsip *development*, yaitu pengembangan konsep, tujuan, dan sasaran program berdasar *community need analysis* atau analisa kebutuhan komunitas (Rahman, 2009:34). Dalam melakukan analisis kebutuhan, perusahaan harus bisa memahami apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan masyarakat. Kebutuhan tersebut sifatnya harus jangka panjang dan bukan sementara. Analisis kebutuhan dilakukan dengan cermat, dengan melibatkan tokoh-tokoh masyarakat untuk menggali ide program yang menjadi kebutuhan bersama dan bukan kebutuhan beberapa orang saja.

Tahap selanjutnya adalah sosialisasi program ke seluruh masyarakat. Sehingga sebagai sasaran kegiatan, komunitas masyarakat merasa memiliki dan bertanggung jawab terhadap pelaksanaan serta keberhasilan program. Dalam proses sosialisasi tersebut harus dilakukan melalui media dengan pesan komunikasi yang tepat. Program sosialisasi ini

merupakan bagian dari aktivitas *public relations*, termasuk menciptakan strategi komunikasi untuk menjalin relasi dengan komunitasnya. Selain itu, kegiatan *community development* mengandung upaya untuk meningkatkan partisipasi dan rasa memiliki (*participating dan belonging together*) terhadap program pemberdayaan yang dilaksanakan.

Partisipasi masyarakat diungkapkan oleh Jim Ife dan Frank Tesoriero, sebagai suatu konsep dalam *community development* merupakan sebuah konsep sentral dan prinsip dasar dari *community development*. peningkatan partisipasi masyarakat merupakan salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat yang berorientasi pada pencapaian hasil pelaksanaan yang dilakukan masyarakat (Jim Ife, 2009:294).

D. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang dilakukan dalam riset yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2010:56). Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling, bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas.

Penelitian ini akan dilakukan pada masyarakat di sekitar PT. Holcim Indonesia Tbk Pabrik Cilacap yang sudah terkena program Posdaya. Data yang diperlukan dalam penelitian ini, meliputi data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber lokasi penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode observasi dan FGD. Pada penelitian ini peneliti melakukan

observasi langsung dengan mengamati dan ikut serta dalam kegiatan yang dilakukan oleh PT Holcim maupun masyarakat yang sudah tergabung dalam Posdaya. Peneliti melakukan FGD kepada pengelola Posdaya yang sudah berada dalam level Mandiri.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang didapat dari bahan kepustakaan dan referensi-referensi dari buku yang berkaitan dengan bahan penelitian. Untuk melengkapi data, peneliti mengumpulkan data berupa : data dari media massa yang berkaitan dengan program Posdaya PT Holcim Tbk, maupun jurnal-jurnal ilmiah penelitian, maupun buku-buku yang berkaitan dengan *community development*

Pengumpulan data dilakukan dengan cara *focus group discussion* dengan para pengurus Posdaya dengan *purposive sampling* sebagai metode utama penentuan informan. Disamping itu, peneliti juga melakukan observasi terhadap implementasi program CSR secara detail dilapangan. Untuk menghasilkan penelitian yang valid, maka kali ini peneliti Menggunakan triangulasi sumber. Yakni, sebuah teknik yang berorientasi pada tingkat sejauh mana data yang diperoleh telah secara akurat mewakili realitas gejala yang diteliti.

Analisis kualitatif merupakan analisis yang mendasarkan pada adanya hubungan semantis antar variabel yang sedang diteliti. Tujuannya adalah agar peneliti mendapatkan makna hubungan variabel-variabel sehingga dapat digunakan untuk menjawab masalah yang dirumuskan

dalam penelitian (Sarwono, 2006: 239). Menurut Miles dan Huberman dalam Sutopo (2006:128), terdapat beberapa komponen pokok dalam menyusun penelitian yang bersifat kualitatif, yaitu:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data didapat dari wawancara (Tanya jawab) dengan pihak pengurus Posdaya, Observasi untuk mendapatkan data dan fakta tentang implementasi Posdaya PT Holcim serta dengan menggunakan studi kepustakaan untuk menggali topik-topik yang terkait dengan penelitian.

2. Reduksi data

Setelah semua data atau informasi ini terkumpul lengkap, peneliti melakukan proses penelitian, pemusatan perhatian pada satu fokus, membuang hal-hal yang tidak diperlukan untuk mengatur data yang sedemikian rupa sehingga kesimpulan penelitian dapat dilakukan.

3. Penyajian data

Penyajian data dapat diketahui apa yang terjadi dan kemungkinan untuk mengerjakan sesuatu pada analisa ataupun tindakan penyajian data itu sendiri dapat diketahui apa yang terjadi dan ataupun tindakan penyajian data itu sendiri dapat berupa kalimat-kalimat, cerita-cerita maupun tabel-tabel.

4. Penarikan kesimpulan

merupakan sebagian dari suatu kegiatan dan konfigurasi penelitian yang utuh. Peneliti memberikan

makna penuh dari data yang terkumpul dan telah diolah tadi, sehingga membentuk satu sinopsis utuh seluruh rangkaian panujung penelitian ini (Sutopo:2000,91-93)

E. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam satu dekade terakhir ini pandangan perusahaan terhadap masyarakat mengalami perubahan yang sangat fundamental. Pandangan klasik tentang perusahaan beranggapan bahwa masyarakat adalah sumber daya yang dapat dieksploitasi untuk kepentingan perusahaan, yakni mendapatkan keuntungan yang besar dengan memberikan upah yang rendah tanpa memperhatikan bagaimana keberlangsungan hidup masyarakat yang berada di sekitar perusahaan yang selama ini terkena polusi atas aktivitas perusahaan.

Namun kini, pandangan modern lebih beranggapan bahwa masyarakat adalah aspek yang dominan dalam kegiatan perusahaan untuk dapat melakukan produksi dengan maksimal. Masyarakat dianggap sebagai sumber daya utama operasionalisasi perusahaan. Dengan kata lain, pandangan yang terakhir lebih menunjukkan sikap humanisme perusahaan terhadap masyarakat dengan menganggap masyarakat bukan lagi sebagai obyek tapi juga sebagai subyek. Artinya, perusahaan dituntut untuk dapat membawa masyarakat sebagai komunitas lokal, ke arah kemakmuran dan kemandirian tanpa menghilangkan struktur sosial (lokalitas) yang ada dalam masyarakat tersebut.

Beberapa perusahaan, kini secara aktif mengajak masyarakat untuk menyalurkan ide, aspirasi dan pendapat terkait apa yang menjadi harapan dan tujuan masing-masing pihak dengan program yang bertajuk *community*

development. Menurut Budimanta *community development* adalah kegiatan peningkatan taraf hidup masyarakat yang dilakukan dengan terstruktur, terprogram, dan ditujukan untuk memperluas jaringan komunitas lokal dalam rangka menggaapai kondisi sosial, ekonomi, dan kualitas kehidupan yang lebih baik (Rahman, 2009:108). Pada hakikatnya, ruh utama dari *community development* adalah upaya pemberdayaan yang dilakukan oleh perusahaan, pemerintah terhadap masyarakat yang berada di sekitar wilayah perusahaan.

Pelaksanaan program *Community Development* menurut Susanto (Rahman, 2009:34) dapat dilakukan dengan siklus pengembangan komunitas yang dimulai dengan prinsip *Development*, yaitu pengembangan konsep, tujuan, dan sasaran program berdasar *community need analysis* atau analisa kebutuhan komunitas. Dalam melakukan analisis kebutuhan, perusahaan harus bisa memahami apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan masyarakat. Kebutuhan tersebut sifatnya harus jangka panjang dan bukan sementara. Analisis kebutuhan dilakukan dengan cermat, dengan melibatkan tokoh-tokoh masyarakat untuk menggali ide program yang menjadi kebutuhan bersama dan bukan kebutuhan beberapa orang saja.

Posdaya yang dibentuk oleh PT. HolcimIndonesia Tbk Cilacap menjadi tempat berkumpulnya warga dari RT/RW setempat untuk mengikuti pelatihan keterampilan pokok, pendidikan anak usia dini, dan perawatan kesehatan. Dengan kata lain Posdaya tersebut fokus dalam 4 bidang, yaitu Kesehatan, Lingkungan, Pendidikan dan Ekonomi. Sejak 2009 sampai 2013 ini, jumlah keseluruhan Posdaya binaan Holcim Cilacap telah mencapai 48 Posdaya pada 11 desa di Wilayah Cilacap.

Tahapan pertama pembentukan posdaya yang dilakukan oleh PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap ini adalah dengan melakukan analisa terlebih dahulu, yaitu berkoordinasi dengan kecamatan dan kelurahan yang terkait dengan target pemberdayaan masyarakat di suatu wilayah yang dituju. Setelah berkoordinasi dengan pihak aparat pemerintah setempat, PT. Holcim kemudian akan meminta kepada kelurahan nantinya akan memilihkan RW atau kelompok masyarakat mana yang cocok dijadikan masyarakat posdaya. Apabila di dalam kelurahan tersebut sudah terdapat kegiatan posyandu (bidang kesehatan), sebagai contoh di Perumahan Ketapang Damai sudah berjalan maksimal, maka dengan otomatis kelurahan akan menunjuk Perumahan Ketapang Damai RW 10 sebagai salah satu RW yang dipandang mampu menjalankan program 4 pilar yang ditawarkan oleh PT. Holcim. Perumahan Ketapang Damai RW 10 untuk selanjutnya akan diprogram sebagai daerah yang akan diproyeksi untuk kegiatan CSR dengan berbasis pada *community involvment* dan *community empowerment* yang dikemas dengan sebutan program Posdaya.

Setelah tahapan analisis dilakukan, maka selanjutnya PT Holcim adalah sosialisasi program ke seluruh masyarakat. Sehingga sebagai sasaran kegiatan, komunitas masyarakat merasa memiliki dan bertanggung jawab terhadap pelaksanaan serta keberhasilan program. Dalam proses sosialisasi tersebut harus dilakukan melalui media dengan pesan komunikasi yang tepat. Program sosialisasi ini merupakan bagian dari aktivitas *public relations*, termasuk menciptakan strategi komunikasi untuk menjalin relasi dengan komunitasnya. Selain itu, kegiatan *community development* mengandung upaya untuk meningkatkan

partisipasi dan rasa memiliki (*participating dan belonging together*) terhadap program pemberdayaan yang dilaksanakan.

Partisipasi masyarakat diungkapkan oleh Jim Ife dan Frank Tesoriero, sebagai suatu konsep dalam *community development* merupakan sebuah konsep sentral dan prinsip dasar dari *community development*. peningkatan partisipasi masyarakat merupakan salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat yang berorientasi pada pencapaian hasil pelaksanaan yang dilakukan masyarakat (Jim Ife, 2009:294).

Program pemberdayaan dari PT. Holcim bukan hanya fokus pada bidang kesehatan saja, melainkan juga membentuk program pemberdayaan yang lain, seperti peningkatan pendidikan, ekonomi warga dan keseimbangan lingkungan. melengkapi pembahasan selanjutnya, Pada perumahan Ketapang Damai, program kesehatan sudah berjalan, seperti kegiatan posyandu balita dan lansianya. Namun karena sudah dibentuk menjadi masyarakat posdaya, maka selain bidang kesehatan, juga perlu dibentuk bidang pendidikan, ekonomi serta lingkungan.

Pada bidang pendidikan, PT. Holcim menawarkan perlu adanya kegiatan pendidikan untuk anak usia dini, salah satunya dengan membentuk PAUD. Akhirnya PT. Holcim Cilacap bersama mahasiswa KKN dari Universitas Jenderal Soedirman (UNSOED) menginisiasi adanya Pos PAUD untuk Perumahan Ketapang RW 10. Program pendidikan tersebut dilakukan sebagai langkah lanjutan setelah adanya program kesehatan. Begitupun juga dengan program ekonomi dan pemberdayaan lingkungan, telah dijalankan sesuai dengan kemampuan dan kesadaran warga untuk mau berkembang dalam mewujudkan masyarakat posdaya yang mandiri.

Posdaya PT Holcim berkonsentrasi pada pemberdayaan masyarakat berbasis 4 pilar, yaitu kesehatan, pendidikan, ekonomi dan lingkungan. Tahapan dalam pelaksanaan Posdaya dilakukan dengan 2 tahapan, yakni analisa kebutuhan dan dilanjutkan sosialisasi kepada masyarakat yang akan menjadi subjek pelaksana Posdaya.

Sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat, maka PT Holcim tidak serta memberikan Program Posdaya kepada masyarakat, akan tetapi PT Holcim melakukan koordinasi dengan pihak kelurahan serta masyarakat terlebih dahulu. Dengan proses yang demikian, maka segala macam bentuk kegiatan Posdaya bersumber dari masyarakat serta memperhatikan aspek potensi subyek Posdaya.

Program-program yang dijalankan sepenuhnya ditujukan untuk membuat mengembangkan masyarakat lokal dan membentuk masyarakat yang mandiri. Hal ini sesuai dengan visi kegiatan pemberdayaan masyarakat (CD) PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap yaitu Mewujudkan masyarakat sejahtera dan mandiri. Aktifitas dan kegiatan dalam posdaya ini juga mendukung pencapaian IPM dan MDG's. Berikut hasil implementasi posdaya dari PT. Holcim Indonesia Tbk Pabrik Cilacap:

1) Bidang kesehatan :

Pada aspek kesehatan, PT Holcim menyadari bahwa anak-anak adalah generasi penerus yang utama dalam setiap program pembangunan. Generasi yang sehat akan mampu melaksanakan program secara baik. Dasar tersebut menjadikan PT Holcim yang bekerjasama dengan beberapa wilayah melakukan pengembangan Pos Pelayanan Terpadu (POSYANDU). Pengembangan tersebut

terbagi dalam beberapa jenis program, baik pengembangan sumber daya manusia maupun penambahan alat-alat untuk menunjang kegiatan Posyandu tersebut.

Upaya untuk meningkatkan kualitas kader Posyandu dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat dilakukan oleh PT Holcim melalui berbagai macam pelatihan-pelatihan. Model pelatihan tersebut bisa berupa pengiriman kader Posyandu ke PT Holcim atau PT Holcim turun kebawah untuk memberikan pengayaan kepada kader Posyandu. Kedatangan PT Holcim ke lokasi Posdaya tersebut juga secara tidak langsung merupakan bagian dari pengawas terhadap operasionalisasi Posdaya yang sudah berjalan. Melalui pelatihan yang diberikan, PT Holcim berharap, pada akhirnya, masyarakat akan mandiri dalam melakukan pengelolaan Posyandu di wilayah mereka.

2) Bidang pendidikan:

Bagi PT Holcim, pendidikan adalah aspek yang sangat penting untuk meningkatkan kualitas masyarakat sekaligus memberikan perubahan pada pola pikir. Dengan komitmen tersebut, PT Holcim berupaya untuk melakukan pendampingan dan pemberdayaan dalam bidang pendidikan, dimulai dari langkah awal yaitu pendidikan untuk anak usia dini (PAUD). Program PAUD ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dasar kepada para balita di wilayah posdaya bentukan PT. Holcim Cilacap. Selain itu, untuk menunjang operasional pendidikan PAUD, Pelatihan-pelatihan SDM juga diberikan disediakan kepada seluruh guru Paud. Pelatihan tersebut dilakukan dengan cara pemberian materi seminar yang relevan

dengan pengetahuan dan pertumbuhan kecerdasan anak tentunya. Hal itu dilakukan agar para kader mendapatkan bekal pengetahuan, yang kemudian bisa diterapkan dalam setiap programnya.

3) Bidang lingkungan:

Meningkatnya daya kritis masyarakat pasca 1998 membuat para pelaku usaha untuk lebih berhati-hati dan bertanggung jawab kepada lingkungan sekitar perusahaan termasuk didalamnya adalah kerusakan lingkungan. Implikasi utamanya adalah perusahaan mulai berpikir bukan hanya melakukan eksploitasi terhadap alam, tetapi menyusun langkah bagaimana melakukan perbaikan terhadap lingkungan yang terkena dampak operasional perusahaan.

Untuk bidang lingkungan, kegiatan pemberdayaan lingkungan yang pertama kali oleh dilakukan PT Holcim Indonesia adalah pengadaan kerjabakti secara rutin dan berkala. Selain itu, untuk menjaga lingkungan agar terlihat segar dan hijau masyarakat dan desa yang membentuk program Posdaya mendapatkan segala macam pohon dan tanaman yang bisa dikonsumsi oleh warga, seperti seledri, terong, tomat maupun cabe dari PT Holcim. PT. Holcim memberikan bantuan mulai dari bibit, tanah, sampai pada polybagnya. Untuk kegiatan lingkungan ini, Holcim sangat berupaya semaksimal mungkin.

Kegiatan pemberdayaan lingkungan selanjutnya adalah dengan penjagaan kebersihan lingkungan melalui pendirian Bank Sampah Mandiri. Kegiatan Bank Sampah ini juga mengarah pada kemandirian masyarakat. Sistematis pelak-

sanaannya dimulai dari pemilahan sampah (organik dan an-organik), pendirian warung sampah dan bank sampah untuk menghipun sampah dari warga, seperti halnya dengan menabung, bila di bank konvensional, menabung berupa uang, namun pada bank sampah mandiri ini, yang ditabung adalah sampah dari warga, yang nantinya bisa ditukar dengan sembako. Selain itu sampah yang sudah terkumpul akan di *Re-Use* dan *Re-Cycling* menjadi kerajinan yang kemudian di jual kepada masyarakat umum, sehingga terdapat pula perputaran ekonominya.

4) Bidang ekonomi:

Dalam kegiatan yang mengarah pada peningkatan perekonomian warga posdaya, PT Holcim melakukan analisa tentang potensi yang mendatangkan keuntungan untuk warga. Setelah melalui analisa dan berdasarkan masukan dari masyarakat, PT Holcim memberikan bantuan berupa alat yang dibutuhkan untuk pengembangan bidang usaha yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Dalam prosesnya, perusahaan tetap memantau jalannya usaha. PT. Holcim sangat mensupport masyarakat yang membentuk kelompok usaha. Salah satu hal yang dilakukan untuk mendukung usaha masyarakat agar tetap produktif adalah dengan memasarkan produk-produk mereka dan membeli dengan harga yang sesuai. Selain itu, langkah nyata perusahaan dalam mengembangkan usaha masyarakat adalah dengan membuat wadah khusus berupa Toko Oleh-Oleh yang bernama "Panginyongan" yang memuat dan menjual seluruh hasil olahan maupun kerajinan masyarakat posdaya binaan PT. Holcim Cilacap.

F. KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil beberapa kesimpulan terkait dengan implementasi *community development* yang berbentuk Posdaya di PT Holcim Tbk

1. Posdaya PT Holcim berkonsentrasi pada pemberdayaan masyarakat berbasis 4 pilar, yaitu kesehatan, pendidikan, ekonomi dan lingkungan.
2. Tahapan dalam pelaksanaan Posdaya dilakukan dengan 2 tahapan, yakni analisa kebutuhan dan dilanjutkan sosialisasi kepada masyarakat yang akan menjadi subjek pelaksana Posdaya.
3. Sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat, maka PT Holcim tidak serta merta memberikan Program Posdaya kepada masyarakat, akan tetapi PT Holcim melakukan koordinasi dengan pihak kelurahan serta masyarakat terlebih dahulu. Dengan proses yang demikian, maka segala macam bentuk kegiatan Posdaya bersumber dari masyarakat serta memperhatikan aspek potensi subyek Posdaya.
4. Dalam melaksanakan kegiatan posdaya, kegiatan CSR, serta menjalin hubungan dengan komunitas, pemerintah dan LSM, berpusat pada Comrel Departement

DAFTAR PUSTAKA

- Butteric, Keith. 2011. *Introduction Public relations: Theory and Practice*. Penerjemah Nurul Hasfi. 2012. *Pengantar Public relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Cutlip, Scott M., Center, Allen H. Dan Broom, Glen M. 2006. *Effective Public Relations*, Ninth Editions, Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Dewani, Anggari Pasha. 2009. *Kebijakan Implementasi dan Komunikasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk*. Bogor: Tidak Dipublikasikan
- Hadi, Nor. 2010. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Ife, Jim. 2008. *Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi: Community Development*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Iriantara, Yosol. 2004. *Community development: Konsep dan Aplikasinya*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: kencana.
- Mardiyanto. Tri Cahyo 2013. *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Tingkat Efektivitas Kelompok Pos Pemberdayaan Keluarga (Posdaya) Se-Eks Karesidenan Surakarta*. Surakarta : UNS (tidak dipublikasikan)
- Muljono, Pudji dkk, 2009, *Upaya Pemberdayaan Masyarakat dan Pengentasan Kemiskinan Melalui Model Posdaya Melalui Model POSDAYA*, Prosiding Seminar IPB, Bogor : IPB (tidak dipublikasikan)
- Rahman, Reza. 2009. *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Setyaningrum, Dyah Ayu, 2011, *Pengaruh Implementasi corporate social Responsibility Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat (Studi Kasus pada PT. Apac Inti Corpora, Bawen)*, Semarang : UNDIP (tidak dipublikasikan)

Tustiana, Dery Nurlida. 2012. *Strategi Komunikasi Pencitraan Perusahaan: Studi Komunikasi Penerapan Program Public Affairs* Surakarta: Tidak Dipublikasikan