



PEMBERDAYAAN MASYARAKAT BERBASIS PROGRAM CSR PT. COCA-COLA AMATIL INDONESIA

Isna Siti Nuraeni^{1*}, Rohmanur Aziz²

¹Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

²Jurusan Manajemen Haji dan Umrah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : isna.nuraeni313@gmail.com

ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan, tingkat kepedulian PT. Coca-Cola Amatil Indonesia terhadap masyarakat Desa Cihanjuang, dan manfaat program CSR terhadap lingkungan disekitar perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keuntungan yang didapat perusahaan yaitu keuntungan jangka pendek, dapat kenal dengan warga, jangka menengah semakin berkeluarga dengan masyarakat, dan jangka panjang bisa menjalin silaturahmi yang berkepanjangan. Kemudian kepedulian perusahaan yaitu perusahaan jarang menunggu bola tapi menjemput bola. Dan manfaatnya bagi perusahaan, meningkatkan penjualan produk serta mendapatkan citra positif dari masyarakat. dan manfaat bagi masyarakat, dapat merasakan hasil dari program CSR serta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kata Kunci : *Corporate social responsibility*; pemberdayaan masyarakat; PT. Coca-cola

ABSTRACT

This paper aims to determine the benefist obtained by the company, the level of PT Coca-Cola Amatil Indonesia concern of the people of Cibanjuang Village, and the benefits of CSR program to the environment around the company. The method used in this research is descriptive method with a qualitative approach. The results of this study indicative that the benefist of the company are short—term benefist to get to know people, the medium term is increasingly married to the

community, and the long term can establish a long lasting relationship. Than the concern of the company is that companies rarely wait for the ball but pick up the ball. And this benefist for companies to increase product sales and get a positive image from the community. And the benefits for the community can feel the results of CSR programs and can improve the welfare of the community.

Keywords : *PT. Coca-cola; empowerment community; comporate social responsibility.*

PENDAHULUAN

Pada masa kini, secara tipikal penduduk hidup dalam kemiskinan, dan menghadapi ancaman globalisasi sehingga diperlukan pembangunan yang berpusat pada rakyat kecil tersebut. Sementara itu perubahan yang berada di kehidupan masyarakat asli dari kondisi tradisional menuju masyarakat modern tidak membawa kesejahteraan, justru malah membawa kerentanan sosial ekonomi. Dalam menyikapi hal ini perlu diadakannya pembangunan masyarakat yang akan membawa kesejahteraan, dengan cara memberikan wewenang kepada penduduk asli untuk mengelola sumberdaya lokalnya sesuai dengan potensinya masing-masing.

Secara formal atau informal, perusahaan selalu terlibat dengan kehidupan dalam komunitas karena mengambil sumberdaya lokal, melakukan eksploitasi disekitar tempat tinggal, dan aktivitas produksi dan mendatangkan orang luar kedalam komunitas. Dengan CSR perusahaan mengembalikan sebagian dari keuntungan melalui program-program yang disebut memberdayakan masyarakat (Hudayana, 2017:174). Dalam diadakannya program pemberdayaan ini sangat penting untuk masyarakat terutama di tempat yang disinggahi oleh industri atau perusahaan yang didirikan, karena harus ada timbal balik perusahaan atau tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat yang berada disekitarnya, agar saling menguntungkan satu sama lain. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, bahwa tanggung jawab sosial perusahaan CSR (Comporate Cosial Responsibility) berorientasi pada planet (konservasi), people (komunitas), dan private (keuntungan perusahaan) yang dilaksanakan oleh perusahaan. Orientasi pada planet difokuskan untuk menciptakan lingkungan ekologis yang berkelanjutan. Memberdayakan komunitas dan meningkatkan partisipasi multipihak (stakeholder participation) menjadikan orientasi CSR kepada masyarakat (people). Kedua orientasi tersebut menjadi bagian tak terpisahkan dari strategi perusahaan untuk memperoleh keuntungan, lazimnya suatu private sector (Nasdian, 2014:229).

Dalam pemberdayaan masyarakat CSR perusahaan mengadakan beberapa program diantaranya, program pendidikan yang berupa pemberian beasiswa kebeberapa sekolah, program kesehatan, program ekonomi, program Sosbudag, olahraga, dan infrastruktur serta program keamanan. Adapun CSR PT Amatil Coca-Cola Indonesia Rancaekek Bandung memiliki program yang dinamakan

program Coca-Cola Forest atau hutan Coca-Cola yaitu memberdayakan masyarakat sekitar.

Konsep tanggung jawab perusahaan yang telah dikenal sejak 1970-an, merupakan kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan stakeholders, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan, serta komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan (Juliansyah, 2017:194).

Lingkungan yang menjadi operasional pabrik kerap sekali menjadi salah satu masalah yang diangkat oleh masyarakat sekitar kawasan pabrik untuk meminta kebijakan terhadap pabrik itu sendiri. Masalah tersebut yang kerap menjadi sasaran masyarakat Desa Cihanjuang sekitar kawasan PT Coca-Cola Amatil Indonesia (CCAI) Rancaekek Bandung yaitu, terbatasnya ketersediaan air bersih yang disebabkan oleh aktivitas pabrik, penyebaran air bersih yang tidak merata, serta pengelolaan limbah yang buruk dan merugikan masyarakat Desa Cihanjuang. Jika dikaitkan dengan reputasi perusahaan, maka pabrik tersebut akan terkesan citra negatif. Sebagai perusahaan yang bertanggung jawab, maka PT Coca-Cola Amatil Indonesia Rancaekek Bandung mengadakan program CSR (Corporate Social Responsibility) untuk mengatasi kesan citra negatif tersebut yang berada di lingkungan masyarakat sekitar pabrik.

Salah satu strategi yang dilakukan CSR PT Amatil Coca-Cola Indonesia Rancaekek Bandung yaitu melalui pemanfaatan Cake Fram di area pabrik. Cake Fram merupakan salah satu lahan perealisasi program CSR yang digalakan di PT. Coca Cola Amatil Indonesia, tepatnya di area Rancaekek, berupa perkebunan organik yang terletak di balakang pabrik Coca-Cola. Dalam pelaksanaan program ini CSR PT. Coca-Cola melalui pemanfaatan Cake Fram, terdapat beberapa kegiatan diantaranya pembuatan biopori, palting of tree (penanama pohon), tea leaves composting (compos daun teh) dan solid waste-recycling (daur ulang limbah padat). Dari beberapa kegiatan tersebut masyarakat desa Cihanjuang yang berada di kawasan PT Coca-Cola Amatil Indonesia Rancaekek dapat diberdayakan baik itu dari sumberdaya ekonomi, sumberdaya lingkungan, dan sumberdaya manusia. PT Coca-Cola Amatil Indonesia mendasarkan program-program CSR pada konsep pembangunan yang berkelanjutan dengan tiga dasar utama kepentingan yakni, memelihara lingkungan, memberikan manfaat dari masyarakat lokal, dan menjaga pertumbuhan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat ditarik beberapa rumusan masalah yaitu : apa saja keuntungan yang didapatkan ole PT. Coca-Cola Amatil Indonesia (CCAI) dalam melaksanakan pemberdayaan masyarakat berbasis CSR? Bagaimana tingkat kepedulian PT. Coca-Cola Amatil Indonesia (CCAI) terhadap masyarakat sekitar perusahaan? Bagaimana manfaat program CSR PT. Coca-Cola

Amatil Indonesia (CCAI) terhadap lingkungan hidup di sekitar perusahaan?

Penelitian yang serupa dengan judul “pemberdayaan masyarakat melalui CSR PT Indocement Tunggal Prakarsa TBK” yang dilakukan oleh Zulfitri (2011) membahas tentang community development dan sustainable development program dari community development terintegrasi dalam lima pilar pembangunan dan berkelanjutan. Penelitian selanjutnya dengan judul “pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui program CSR PT Asabri” yang dilakukan oleh Triyo Yuwantono (2017) Perbedaan dalam penelitian ini tentunya dari segi lokasi penelitian dan teori yang digunakan dalam penelitian.

Metode penelitian yang penulis lakukan ialah dengan menggunakan metode Deskriptif, dimana metode ini menggambarkan masalah-masalah yang diteliti sesuai dengan keadaan dengan apa adanya, yaitu tanpa ditambah dan dikurangi. Selanjutnya dilakukan penafsiran terhadap data yang ada sebagai solusi masalah yang muncul dalam penelitian (Kuswana, 2011:37). Dengan menggunakan metode ini, penulis bisa menggambarkan dengan tepat mengenai pemberdayaan masyarakat berbasis program CSR PT Coca-Cola Amatil Indonesia (CCAI). Selain itu penelitian ini juga disertai dengan menggunakan metode penelitian Kualitatif, karena dalam penelitian Kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori, tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang dikemukakan pada saat penelitian di lapangan (Kuswana, 2011: 44).

LANDASAN TEORITIS

Teori yang dijadikan landasan adalah teori pemberdayaan atau pemberdayaan (empowerment) berasal dari kata “power” (kekuasaan atau keberdayaan). Pemberdayaan adalah sebuah proses dengan mana orang lain menjadi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam berbagai pengontrolan atas dan mempengaruhi terhadap kejadian-kejadian serta lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupannya (Suharto, 2005:57-58). Dimana pemberdayaan merujuk pada kemampuan orang, khususnya kelompok yang rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dasar sehingga mereka memiliki kebebasan (freedom), dalam arti bukan saja bebas mengemukakan pendapat, melainkan kebebasan dari kelaparan, bebas dari kebodohan, bebas dari kesakitan dan pemberdayaan menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dalam meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang mereka perlukan. Pemberdayaan dalam pandangan Islam merupakan gerakan tanpa henti. Islam sebagai agama yang diturunkan oleh Allah SWT untuk semua umat manusia telah memainkan peranannya di dalam mengisi kehidupan umat manusia di muka bumi ini (Sumpena, 101:2012) Dari teori ini dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan merupakan sebuah upaya untuk memandirikan masyarakat dengan cara ikut

berkontibusi dalam membangun suatu perubahan untuk meningkatkan kualitas kehidupannya, atau biasa disebut dengan memanusaiakan manusia.

Berdasarkan pernyataan sebelumnya, Anwas (2014:49) menekankan Pemberdayaan pada aspek pendelegasian kekuasaan, memberi wewenang atau pengalihan kekuasaan kepada individu atau masyarakat sehingga mampu mengatur diri dan lingkungannya sesuai dengan keinginan, potensi, dan kemampuan yang dimilikinya

Masyarakat merupakan suatu kelompok yang membentuk keseluruhan dan menunjukkan hubungan manusia serta nilai-nilai sosial. Berdasarkan pengertian di atas kelompok masyarakat yang dicirikan menurut hubungan manusianya serta nilai sosial yang berlaku sebagai berikut :(a) Menurut mata pencaharian, seperti masyarakat petani, nelayan, buruh, pedagang dll. (b) Menurut lingkungan tempat tinggal seperti masyarakat hutan, petani atau pesisir.(c) Menurut tingkat kehidupan ekonomi seperti masyarakat miskin yang dibedakan dengan masyarakat kaya atau mapar. (d) Menurut tingkat pendidikan seperti masyarakat terpelajar intelek atau berpengetahuan yang dibedakan dengan masyarakat awam (Roesmidi & Risyanti, 2006:6). Dengan kata lain masyarakat merupakan suatu kelompok manusia yang saling membutuhkan antara satu dengan yang lainnya sehingga terjadilah proses interaksi dalam sebuah komunitas atau kelompok, hal itu menggambarkan bahwa masyarakat merupakan suatu kelompok manusia yang dibawah tekanan serangkaian kebutuhan dan dibawah pengaruh kepercayaan, idel dan Tuhan, yang bersatu dan berlebur dalam satu kesatuan kehidupan bersama. Hal ini sejalan dengan pengertian bahwa dalam konteks kemanusiaan, masyarakat terbentuk dan di bentuk dengan sendirinya dengan tujuan untuk saling menguatkan, saling menolong dan saling menyempurnakan (Ahmad, 2001:29).

Pemberdayaan masyarakat adalah konsep dalam pembangunan memiliki persepektif yang luas. Pemberdayaan berarti pembangunan kekuasaan yang adil sehingga meningkatkan kesadaran politis dan kekuasaan kelompok yang lemah serta memperbesar pengaruh mereka terhadap sumber daya alami dan pengelolaannya secara berkelanjutan (Roesmidi & Risyanti, 2006: 6-8). Menurut Sumodiningrat (1999) bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk memandirikan masyarakat lewat perwujudan potensi kemampuan yang mereka miliki. Adapun pemberdayaan masyarakat senantiasa menyangkut dua kelompok yang saling terkait, yaitu masyarakat sebagai pihak yang diberdayakan dan pihak yang menaruh kepedulian sebagai pihak yang memberdayakan (Theresia., 2014).

Masyarakat yang diberdayakan atau yang disebut kaum dhuafa yaitu orang miskin, yang kekurangan dalam hidupnya atau tidak mampu baik dalam segi material dan non material yang membutuhkan bantuan dari orang lain untuk

memenuhi kehidupannya. Sedangkan yang memberdayakan atau disebut Agnia yaitu pihak yang membantu orang miskin yang tidak berdaya atau kurang mampu untuk memberikan kehidupan yang layak dan meningkatkan kesejahteraan.

CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta integritas dengan organisasi secara menyeluruh (Suharto, 2009:104). Dari sudut perusahaan CSR merupakan suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan, memberikan beasiswa untuk anak-anak tidak mampu didaerah tersebut, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut.

Pentingnya ada CSR oleh suatu perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada,. Karenanya, secara konseptual CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *triple bottom lines*, yaitu 3P (Suharto, 2009: 107) :

Profit. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang. (Ibrahim, 2009) keuntungan proyek, dilihat dari evaluasi proyek, adalah penerimaan (*revenue*) yang dihasilkan dari suatu proyek sebelum dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan. Dilihat dari sifatnya keuntungan proyek ini dapat digolongkan atas 3 bagian yaitu (1) Langsung (*direct benefits*) Adalah yang diterima sebagai akibat adanya proyek, seperti nikmatnya nilai hasil produksi barang atau jasa, perubahan bentuk, turunnya biaya, dan lain sebagainya.(2) Tidak langsung (*indirect benefits*) Adalah yang timbul sebagai dampak yang bersifat *multiplier effects* dari proyek yang dibangun terhadap kegiatan pembangunan lainnya.(3) Tidak kentara (*intangible benefits*) Adalah manfaat dari pembangunan proyek yang sulit diikuti dalam bentuk uang, seperti perubahan pola pikir masyarakat, perbaikan lingkungan, berkurangnya pengangguran, peningkatan ketahanan nasional, kemantapan tingkat harga, dan lain sebagainya.

People. Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Menurut UU No. 11 2009 kesejahteraan sosial adalah kondisi

terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi local, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat.

Plannet. Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati. (Iskandar, 2009) Pada umumnya ada beberapa faktor yang menyebabkan dapat berkelanjutannya sistem ladang berorientasi antara lain : (1) Mampu mengadaptasikan lingkungan (2) Mendapatkan dukungan dari sistem subsistem lainnya (3) Keterjaminan status lahan dan sumberdaya yang ada Daya dukungnya tidak terlampaui. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman, pengembangan pariwisata (ekoturasi).

CSR bidang lingkungan hidup, masyarakat dibina untuk peduli dan cinta kepada lingkungannya. Program ini dapat dilakukan sesuai dengan potensi dan kebutuhan masyarakat setempat. Masyarakat perlu dibangun mulai dari merubah *mindset* terhadap lingkungan dan pekarangan. Masyarakat dapat dibina untuk memanfaatkan pekarangan dengan menanam pepohonan yang bermanfaat, termasuk sayuran yang bisa dikonsumsi sehari-hari. Menanam tanaman obat-obatan, kepedulian terhadap sampah untuk memilih yang bisa diolah menjadi pupuk kompos. Pupuk ini digunakan untuk menyuburkan tanah disekitar pekarangan atau lahan kosong. Upaya-upaya tersebut diarahkan agar masyarakat memiliki kesadaran, pemahaman, sikap, dan selanjutnya diwujudkan kepada perilaku positif untuk menjaga, memelihara, dan melestarika lingkungannya (Anwas, 2014:147). Kesejahteraan terhadap lingkungan tidak menyangkut soal kesehatan saja tapi juga soal kebersihannya karena lingkungan yang bersih merupakan awal hidup sehat, walaupun demikian kesadaran untuk menjaga kebersihan lingkungan pada masyarakat kita sangat kurang, kebiasaan-kebiasaan serba asal masih terlalu melekat dalam kehidupan (Saridera, 2008:43).

CSR bidang ekonomi, Bentuk CSR dapat dilakukan dalam pengembangan usaha makro atau usaha kecil dan menengah. CSR dalam model ini bisa diarahkan dengan upaya membangun kemitraan perusahaan dengan UKM. Bentuknya mulai dari, membangun dan meningkatkan sumber daya manusia (SDM) para pelaku UKM, dukungan dalam penambahan modal usaha, atau membantu dalam kegiatan pemasarannya (Anwas, 2014:146)..

CSR perspektif pemberdayaan pendidikan tidak sedikit perusahaan memberikan bantuan beasiswa kepada siswa dan mahasiswa, sebagai salah satu bentuk CSR. Dengan beasiswa tersebut tentu saja banyak siswa dan mahasiswa

sangat terbantu dalam pendidikannya hingga lulus. Lapangan pekerjaan yang semakin sempit dan persaingan semakin ketat, maka tidak semua lulusan bisa ditampung bekerja. Akibatnya tidak sedikit di antara mereka yang menjadi pengangguran (Anwas, 2014:145).

Tanggung jawab sosial perusahaan sebagai salah satu bentuk tanggung jawab sosial yang diimplementasikan perusahaan dalam perspektif pemberdayaan didisain berlandaskan pada *“the empowerment is road to participation”*, kebijakan ini merupakan suatu upaya pemberdayaan yang diharapkan mampu menumbuhkan dan meningkatkan partisipasi masyarakat (warga komunitas) tetapi lebih dari itu, menumbuhkan dan meningkatkan partisipasi multipihak (*stakeholders*). Proses-proses pemberdayaan dalam CSR ini menggunakan pola-pola partisipasi terkini, bahwa tatakelola yang baik (*good-governance*) dalam program pembangunan menunjukkan pergeseran tipe partisipasi dari *“community participation”* bergeser ke *“stakeholders participation”* (Ferdian, 2015:236-237).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Cihanjuang yaitu salah satu desa di Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang Lokasi yang sekarang dinamakan Desa Cihanjuang, dahulunya bernama Desa Bunter. Pada sekitar tahun 80-an, Desa Bunter dipimpin oleh seorang kepala Desa bernama Bapak Mamat. Pada akhir 80-an Desa Bunter mengalami pemekaran. Pemekaran dilakukan karena luasnya wilayah Desa Bunter, sehingga masyarakat merasa kurang efektif apabila harus berurusan dengan masalah administrasi dikarenakan letak pusat pemerintah desa yang cukup jauh. Dengan dilatar belakangi tersebut maka dibuat sebuah keputusan dari Kecamatan Cimanggung, bahwa Desa Bunter dimekarkan atau dilebur menjadi tiga desa yaitu Desa Sukadana, Desa Cikahuripan, dan Desa Cihanjuang.

Topografi Desa Cihanjuang pada awalnya terdiri dari gunung dan dataran rendah, luas wilayah desa Cihanjuang 168,754 ha, luas tersebut terdiri dari : luas pemukiman 77,48 ha, luas pesawahan 53 ha, luas perkebunan 6,05 ha, luas peternakan 0,5 ha, luas kuburan 0,2 ha, luas pekarangan 1,0 ha, luas tanam 0,5 ha, luas kawasan industri 30 ha, luas pasaran umum lainnya 1,024 ha. Orbitasi, iklim, dan letak Desa Cihanjuang ketinggian tanah dari ketinggian laut 700 mdm, banyak curah hujan 200 m/thn, topografi bentang wilayah berada di dataran rendah seluas 135,58 ha. Mata pencaharian masyarakat Desa Cihanjuang sangat beragam, namun sebagian besar adalah wiraswasta, petani dan buruh tani.

Coca-Cola Amatil Indonesia (CCAI) sebagai perusahaan minuman ringan terkemuka di Indonesia yang memproduksi dan mendistribusikannya produk-produk berlisensi dari The Coca-Cola Company, selalu ingin memberikan

layanan terbaik kepada seluruh pelanggan dan konsumen melalui layanan pelanggan dengan teknologi yang terintegrasi, kami memastikan bahwa produktifitas sumberdaya manusia dapat menjaga kemudahan akses dan waktu penyelesaian yang sesuai dengan *service agreement*, dan mengubahnya menjadi peluang bisnis dan menciptakan *customer value management*.

Hasil peneliiian ini menemukan tentang keuntungan yang didapatkan oleh PT Coca-Cola Amatil Indonesia (CCAI) dalam melaksanakan pemberdayaan masyarakat berbasis CSR, mengetahui tingkat kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar, dan untuk mengetahui manfaat program CSR PT Coca-Cola Amatil Indonesia terhadap lingkungan hidup sekitar perusahaan.

Keuntungan PT Coca-Cola Amatil Indonesia dalam pemberdayaan masyarakat berbasis CSR

Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang (Edi Suharto, 2011). Setiap perusahaan pasti ingin mendapatkan keuntungan dari penjualan produknya sendiri, terutama PT Coca-Cola Amatil Indonesia yang masih terus berorientasi dalam memproduksi minuman-minuman botol. Sebagai perusahaan minuman Coca-cola tentu ingin memberikan citra positif terhadap masyarakat sekitar, serta ingin membangun kesejahteraan masyarakat. Yaitu dengan cara memberikan bantuan kepada masyarakat bukan hanya berupa sumbangan dana saja melainkan sumbangan dana dalam bentuk pemberdayaan masyarakat berkelanjutan yang berada di wilayah tersebut. Sumbangan dalam bentuk pemberdayaan berkelanjutan ini bertujuan untuk memandirikan masyarakat serta untuk menggali potensi-potensi yang mereka miliki agar terciptanya kesejahteraan masyarakat sekitar dan bebas dari kemiskinan.

Dari sisi keuntungan ketika menjalin kerja sama, koordinasi baik itu dengan Dinas, *stakeholder*, Desa, dan Camat ketika CSR mempunyai program mereka suport dan bantu untuk menjalankan program tersebut. Salah satu contoh, setiap hari jumat melaksanakan jumsih sekitaran PT Coca-Cola Amatil Indonesia dan Desa Cihanjuang yang dilakukan oleh karyawan-karyawannya, dan terus program ini berjalan, akhirnya masyarakat Desa Cihanjuang bergotong royong untuk melakukan aksi bersih-bersih ini. Setiap yang dilaksanakan oleh program CSR PT Coca-Cola Amatil Indonesia ada yang dinamakan Simbosis Komensalisme yaitu interaksi yang berjalan pada dua makhluk hidup atau organisme dengan jenis yang berbeda, dimana pada simbiosis ini salah satu pihak akan diuntungkan dan pihak lainnya tidak dirugikan, itu menurut ahli pakar Biologi. Jadi dalam menjalankan CSR Coca-Cola ini dari pihak keduanya baik itu

perusahaan maupun masyarakat tidak ada yang dirugikan, tetapi saling menguntungkan.

Ada beberapa keuntungan yang didapatkan oleh PT Coca-Cola Amatil Indonesia dalam melaksanakan pemberdayaan masyarakat, baik itu keuntungan jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang serta keuntungan yang diperoleh masyarakat sekitar perusahaan dan perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada pengelola CSR ada keuntungan yang didapatkan baik itu oleh perusahaan maupun masyarakat Desa Cihanjuang diantaranya (1) Keuntungan jangka pendek. Dalam meraih keuntungan jangka pendek yaitu Program-program CSR Coca-Cola bisa tersampaikan kepada masyarakat, baik itu dalam bidang ekonomi, bidang pendidikan, bidang lingkungan, dan bidang sosial. Serta bisa kenal dengan warga masyarakat Desa Cihanjuang. (2) Keuntungan jangka menengah. Semakin berkeluarga dengan warga sekitar perusahaan khususnya Desa Cihanjuang, akrab tidak ada rasa sungkan dan kekeluargaan yang semakin merekat. Tidak ada sekat antara pengelola CSR dengan masyarakat. Seperti ungkapan dari tokoh warga setempat yaitu bapak jajang selaku ketua RW 02

“Sebenarnya kami ini malu Coca-Cola sudah mengeluarkan banyak buat kami, sekarang kami berkaca, banyak dikasih ini dan itu, suport bantuan ini dan itu, bantuan jembatan roboh Coca-Cola bantu dari infrastruktur, memberikan bantuan pendidikan terhadap anak dari keluarga yang kurang mampu, di hari Raya Idul Fitri ikut berkontribusi untuk memberikan bantuan sembako, Idul Qurban memberikan sapi disetiap RW dan titik Desa sekitar, sekarang kami ngaca apa yang bisa kami berikan untuk Coca-Cola”.

(3) Keuntungan jangka panjang. Perusahaan PT Coca-Cola Amatil Indonesia dalam memperoleh keuntungan jangka panjang yaitu Jaringan yang tidak akan terputus dan akan menjadi kenangan yang luar biasa serta akan dikenang oleh warga sekitar perusahaan. Serta menjalin erat silaturahmi yang takan terputus.

Tingkat kepedulian PT Coca-Cola Amatil Indonesia (CCAI) terhadap masyarakat sekitar perusahaan

Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati. (Iskandar, 2009) Pada umumnya ada beberapa faktor yang menyebabkan dapat berkelanjutannya sistem ladang berorientasi antara lain : (1) Mampu mengadaptasikan lingkungan (2) Mendapatkan dukungan dari sistem subsistem lainnya (3) Keterjaminan status lahan dan sumberdaya yang ada Daya dukungnya tidak terlampaui. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman, pengembangan pariwisata (ekoturasi).

Sebagaimana yang dikatakan oleh ketua CSR Coca-Cola Amatil Indonesia

mengenai kepedulian perusahaan Coca-Cola terhadap masyarakat sekitar

“Dalam perusahaan Coca-Cola jarang menunggu bola tapi menjemput bola, karena dengan menjemput bola kami menjalin komunikasi dengan stakeholder. Di Coca-Cola ada yang disebut dengan sistem Zona, ketika perusahaan ini ada disebuah titik maka bagaimana perusahaan bisa memberikan manfaat pada masyarakat sekitar, maka itulah kita yang menjemput”. (sumber hasil wawancara dengan kang deni selaku ketua CSR Coca-Cola Amatil Indonesia 09 Juli 2019).

Dalam kepeduliannya perusahaan PT Coca-Cola Amatil Indonesia terhadap masyarakat Desa Cihanjuang yaitu membuat beberapa program untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat baik dalam bidang lingkungan, bidang ekonomi, bidang pendidikan, dan bidang sosial. Diantaranya :

Pemberdayaan bidang lingkungan, beberapa program yang dibuat oleh CSR Coca-Cola Amatil Indonesia dalam memberdayakan lingkungan masyarakat sekitar perusahaan terutama Desa Cihanjuang diantaranya : CSR membuat program gerakan clean up (bersih-bersih), dalam program ini dilaksanakannya tidak hanya di lingkungan sekitar perusahaan saja, tetapi di beberapa titik wilayah yang merupakan wilayah kumuh atau kurang terjaga, adapun di tempat wisata-wisata alam, sungai-sungai dan lain sebagainya. Program ini juga merupakan salah satu program yang dijalankan oleh pemerintah kota Bandung atau disebut juga dengan Citarum-Harum.

Kemudian Cake Fram di area pabrik Coca-Cola Amatil Indonesia. Cake Fram merupakan salah satu lahan perrealisasian program CSR yang digalakan di PT. Coca Cola Amatil Indonesia, tepatnya di area Rancaekek, berupa perkebunan organik yang terletak di balakang pabrik Coca-Cola. Dalam pelaksanaan program ini CSR PT. Coca-Cola melalui pemanfaatan Cake Fram, terdapat beberapa kegiatan diantaranya pembuatan biopori, *paltling of tree* (penanama pohon), *tea leaves composting* (compos daun teh) dan *solid waste-recycling* (daur ulang limbah padat). Program *paltling of tree* (penanama pohon) dan pemeliharaan bibit pohon dari usia 0-6 bulan hingga siap didonasikan kepada penerima manfaat. Melalui program ini Coca-Cola Forest berupaya berkontribusi terhadap rehabilitas lahan kritis di Jawa Barat melalui pendonasian pohon kepada masyarakat dan komunitas peduli lingkungan. Ada empat pohon yang didonasikan oleh CSR Coca-Cola Amatil Indonesia diantaranya:



Gambar 1. Pohon Alkasia



Gambar 2. Pohon Albasiah



Gambar 3. Pohon Trembesi



Gambar 4. Pohon Suren

Kemudian *tea leaves composting* (compos daun teh), kami memanfaatkan limbah produksi Frestea berupa ampas teh untuk diolah menjadi

kompos dengan menerapkan teknik *vermicompos*, yaitu teknik pengomposan dengan menggunakan cacing tanah *Lumbricus rubelius* sebagai agen pembentuk kompos. CSR coca-cola amatil indonesia memberi peluang kepada masyarakat untuk mengolah atau mendaur ulang botol-botol bekas dari hasil produksi yang gagal. Botol-botol bekas tersebut diolah menjadi tanaman pot, ecobrik, hiasan rumah, dan juga *polybag* yang lebih ramah lingkungan. Kecambah pohon yang berusia dua minggu akan dipindahkan ke *polybag* yang berisi tanah dan compos.

Pemberdayaan bidang ekonomi, Program CSR yang terkait dengan pengembangan ekonomi kecil dan kewirausahaan bisa dilihat pada program pemberdayaan yang diselenggarakan oleh PT Unilever melalui Yayasan Unilever Peduli (lihat, Majalah Bisnis dan CSR, 2009). Sejak tahun 2000 perusahaan menjalin kerja sama dengan Universitas Gadjah Mada (UGM) di Yogyakarta untuk mengembangkan suatu program dengan mengajak para petard lokal memproduksi kedelai hitam berkualitas. Kedelai hitam sendiri merupakan salah satu bahan baku dari produk Unilever yaitu Kecap Bango (Yuwantono, 2017:106). Bentuk CSR dapat dilakukan dalam pengembangan usaha makro atau usaha kecil dan menengah. CSR dalam model ini bisa diarahkan dengan upaya membangun kemitraan perusahaan dengan UKM. Bentuknya mulai dari, membangun dan meningkatkan sumber daya manusia (SDM) para pelaku UKM, dukungan dalam penambahan modal usaha, atau membantu dalam kegiatan pemasarannya. Adapun kegiatan dalam memberdayakan ekonomi masyarakat, CSR Coca-Cola mengadakan pelatihan kepada warga Desa Cihanjuang yaitu mendaur ulang limbah botol untuk dijadikan hiasan rumah yang hasilnya akan menjadi nilai ekonomis, kemudian pemanfaatan limbah teh untuk dijadikan pupuk organik dan siap untuk dipasarkan. Ini salah satu program CSR Coca-Cola dalam memberdayakan ekonomi masyarakat.

Pemberdayaan bidang pendidikan, CSR Coca-Cola Amatil Indonesia memberikan bantuan berupa beasiswa kepada anak-anak yang kurang mampu. CSR Coca-cola amatil Indonesia tidak hanya memberikan bantuan berupa beasiswa saja, akan tetapi memberikan edukasi kepada masyarakat Desa Cihanjuang agar dapat mengubah pola pikir masyarakat, kearah yang lebih maju supaya dapat meningkatkan tarap hidup yang baik. Tidak hanya itu saja CSR Coca-Cola Amatil Indonesia mengadakana pelatihan *entrepreneur* kepada masyarakat Desa Cihanjuang agar bisa mendirikan usaha mandiri serta merubah *mindset* masyarakat sekitar kearah yang lebih baik.

Pemberdayaan bidang sosial, CSR Coca-Cola Amatil Indonesia memberikan bantuan-bantuan kepada masyarakat Desa Cihanjuang berupa bantuan sosial diantaranya :

Tabel 1.

Program bantuan Sosial

No	Kegiatan	Sasaran/Tujuan	Bantuan
1	Paket lebaran untuk kaum dhuafa dan alat pendidikan	Kelompok renta	Paket sembako
2	Sapi Qurban Idul Adha	Kelompok renta	Sapi dan kambing
3	Peringatan Hari Raya Islam/Nasional	Menjaga hubungan baik	Support tenda, minuman, snack dll
4	Infrastruktur	Memperbaiki gang jalan atau jembatan	Semen, tanah, besi dll.
5	Jumsih (Jumat bersih)	Menjaga kebersihan lingkungan	Tong sampah

Dalam program bantuan sosial ini yang diberikan oleh CSR PT Coca-Cola Amatil Indonesia kepada masyarakat sekitar perusahaan khususnya Desa Cihanjuang yang pertama berupa kegiatan pembagian paket sembako yang disalurkan kepada kelompok renta atau kaum dhuafa, yang kedua kegiatan pembagian daging Qurban yang disalurkan ke RW 01, 02, dan 03 Desa Cihanjuang, yang ketiga kegiatan PHBI peringatan hari besar Islam/Nasional CSR Coca-Cola memberikan bantuan berupa support tenda, snake, minuman dll. Kemudian yang keempat berupa kegiatan infrastruktur untuk memperbaiki gang jalan atau jembatan CSR Coca-Cola memberikan bantuan berupa semen, tanah, besi dan lain sebagainya. Dan yang terakhir adalah kegiatan jumsih CSR Coca-Cola memfasilitasi berupa tong sampah yang di donasikan tiap-tiap RW dan RT Desa Cihanjuang.

Manfaat program CSR PT Amatil Coca-Cola Indonesia (CCAI) terhadap lingkungan hidup di sekitar perusahaan

Terdapat beberapa manfaat dari program CSR PT Coca-Cola Amatil Indonesia yaitu manfaat bagi perusahaan, dan masyarakat. Manfaat CSR bagi Perusahaan diantaranya : *pertama* Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perilaku yang tidak pantas yang diterima perusahaan. Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapat dukungan luas dari komunitas yang telah merasakan manfaat dari berbagai aktifitas yang dijalankannya CSR akan mendongkrak citra perusahaan, yang dalam rentang waktu akan meningkat reputasi perusahaan. *Kedua* CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis. Demikian pula ketika perusahaan mendapat kabar miring bahkan ketika

perusahaan melakukan kesalahan, masyarakat lebih mudah memahami dan memaafkannya.

Ketiga Keterlibatan dan kebanggaan karyawan, karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya, kebanggaan ini pada akhirnya menghasilkan loyalitas, sehingga mereka merasa lebih termotivasi untuk bekerja keras demi kemajuan perusahaan. Hal ini akan meningkatkan pada kinerja dan produktivitas. *Keempat* Meningkatkan penjualan produk Coca-Cola, tanpa bersusah payah mengiklankan pun masyarakat telah mengetahuinya karena mereka merasakan manfaat dari program CSR itu sendiri. Serta memberikan kesegarannya bukan hanya di dalam saja tapi diluar pun masyarakat Desa Cihanjuang merasakan kesegarannya. *Kelima* CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan *stakeholders*nya memiliki kepedulian terhadap pihak-pihak yang selama ini berkontribusi terhadap lancarnya berbagai aktivitas serta kemajuan yang mereka raih. Hal ini mengakibatkan para *stakeholders* senang dan merasa nyaman dalam menjalin hubungan dengan perusahaan. *Keenam* Meredukasi biaya, banyak contoh yang dapat menggambarkan keuntungan perusahaan yang didapat dari penghematan biaya yang merupakan implementasi dari penerapan program tanggung jawab sosialnya, yang mudah dipahami adalah meredukasi limbah melalui proses daur ulang ke dalam siklus produksi.

Manfaat CSR bagi Masyarakat, Dengan adanya program *Corporate Social Responsibility* tentunya masyarakat disekitar perusahaan mendapatkan manfaat yang cukup besar, karena dengan perhatian perusahaan yang cukup besar, dengan berbagai metode pemberdayaan serta rencana strategis dari perusahaan guna memberdayakan masyarakat sekitar sehingga masyarakat merasakan dampak positif dari keberadaan perusahaan yang bertujuan agar masyarakat dapat mengembangkan potensi mereka serta menjadi komunitas yang mandiri demi mewujudkan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Cihanjuang.

Beberapa manfaat CSR Coca-Cola Amatil Indonesia yang dirasakan oleh masyarakat Desa Cihanjuang diantaranya :*pertama* Dari segi ekonomi masyarakat Desa Cihanjuang lebih meningkat setelah adanya program CSR. Hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 18 Juli 2019 sebagai berikut :

“saya secara individu menyadari betul apa yang saudara maksud dengan manfaat dari proses program CSR yang ya... beberapa dari kami mengetahui bahwa CSR merupakan sebuah tanggung jawab dan kewajiban perusahaan yang harus dilaksanakan oleh pihak perusahaan, selain dari pada mengeruk

keuntungan sebanyak-banyaknya. Oleh sebab itu saya bersyukur bahwa ternyata perusahaan yang ada dan melakukan tindakan yang ada di daerah kami ini, memiliki komitmen yang positif, terutama yang saya rasakan adalah perhatian yang cukup besar dari pihak perusahaan, terhadap pola tindakan ekonomi masyarakat disekitar sini, bahkan yang lebih menguntungkan adalah menurut saya selain perhatian, juga memberikan berbagai alternatif yang membangun, sehingga kami secara perlahan mampu mengembangkan kreatifitas tindakan ekonomi kami". (wawancara dengan bapak Dadan selaku tokoh setempat).

Kedua Dari segi lingkungan lebih membaik setelah adanya gerakan jumsih, serta menumbuhkannya kesadaran masyarakat Desa Cihanjuang untuk lebih peka terhadap lingkungan. *Ketiga* Dari segi sosial CSR Coca-Cola berkontribusi dalam memberikan bantuan terhadap masyarakat sekitar perusahaan, Desa Cihanjuang salah satu wilayah yang rawan banjir, pada setiap tahunnya pengelola CSR memberikan bantuan berupa pelampung dan perahu karet untuk warga yang terkena banjir. Kemudian pada setiap Idul Fitri Coca-Cola memberikan bantuan berupa sembako untuk dibagikan kepada masyarakat Desa Cihanjuang yang kurang mampu. Kemudian juga setiap Idul Qurban Coca-Cola memberikan sapi pada setiap RW yang berada di Desa Cihanjuang, dan dititik desa tertentu. adapun bantuan infrastruktur yaitu perbaikan jembatan yang rusak dan jalan gang yang berada di Desa Cihanjuang. Kini hasilnya telah dirasakan oleh masyarakat sekitar, sehingga masyarakat Desa Cihanjuang merasa nyaman saat melintasi jalan tersebut.

Tanggung jawab serta kewajiban perusahaan yang tercantum dan diatur oleh undang-undang dalam bentuk konsep yang bernama CSR merupakan program yang diharuskan kepada setiap perilaku usaha yang bertujuan mendapatkan profit atau laba dalam usahanya. Program tersebut merupakan upaya yang dilakukan bersama untuk menumbuhkan tarap ekonomi masyarakat secara progres, upaya pelaksanaan program tersebut, tentu tidak bisa terlaksana dengan maksimal jika unsur-unsur pembentuk atau pihak terkait tidak menjalin komunikasi serta memiliki komitmen yang sesuai dengan ciri-ciri bersama.

Berdasarkan hasil penelitian di Desa Cihanjuang dengan sejumlah data-data yang didapat bahwasannya dengan adanya program CSR Coca-Cola Amatil Indonesia, dapat membantu masyarakat setempat terutama dalam tingkat berdaya dan kesejahteraan hidup. Adapun program yang sudah dirasakan oleh masyarakat adalah program Clean Up yang bekerja sama dengan program pemerintah serta program-program yang dijalankan oleh CSR Coca-Cola Amatil Indonesia baik itu dari segi ekonomi, pendidikan, dan sosial. Dimana didalam program tersebut yang dirasakan oleh masyarakat sekitar perusahaan khususnya Desa Cihanjuang. Adapun CSR Coca-Cola Amatil Indonesia juga memiliki program Coca-cola

Forest atau hutan Coca-Cola yang berada di belakang pabrik atau sering disebut dengan Cake Fram. Cake Fram merupakan salah satu lahan perealisasi program CSR yang digalakan di PT. Coca Cola Amatil Indonesia, tepatnya di area Rancaek, berupa perkebunan organik yang terletak di belakang pabrik Coca-Cola.

Dalam pelaksanaan program ini CSR PT. Coca-Cola melalui pemanfaatan Cake Fram, terdapat beberapa kegiatan diantaranya pembuatan biopori, *palting of tree* (penanaman pohon), *tea leaves composting* (compos daun teh) dan *solid waste-recycling* (daur ulang limbah padat). Program *palting of tree* (penanaman pohon) dan pemeliharaan bibit pohon dari usia 0-6 bulan hingga siap didonasikan kepada penerima manfaat. Melalui program ini Coca-Cola Forest berupaya berkontribusi terhadap rehabilitas lahan kritis di Jawa Barat melalui pendonasian pohon kepada masyarakat dan komunitas peduli lingkungan. Kemudian *tea leaves composting* (compos daun teh), kami memanfaatkan limbah produksi Frestea berupa ampas teh untuk diolah menjadi kompos dengan menerapkan teknik *vermicompos*, yaitu teknik pengomposan dengan menggunakan cacing tanah *Lumbricus rubelius* sebagai agen pembentuk kompos.

“ Dalam kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) PT Coca-Cola Amatil Indonesia (CCAI) yaitu dengan memberikan bantuan kepada masyarakat bukan hanya berupa sumbangan dana saja melainkan sumbangan dana dalam bentuk pemberdayaan masyarakat berkelanjutan yang berada di wilayah tersebut. Sumbangan dalam bentuk pemberdayaan berkelanjutan ini bertujuan untuk memandirikan masyarakat serta untuk menggali potensi-potensi yang mereka miliki agar terciptanya kesejahteraan masyarakat sekitar dan bebas dari kemiskinan”,(sumber: hasil wawancara dengan bapak Olih selaku wakil ketua CSR 18 Januari 2019)

Sesuai pada proses pencapaian dalam program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Coca-Cola Amatil Indonesia yang sudah berjalan dan terencana dengan baik, sesuai dengan teori pemberdayaan masyarakat yang dikemukakan oleh Roesmidi & Risyanti (2006) konsep dalam pembangunan memiliki persepektif yang luas. Pemberdayaan berarti pembangunan kekuasaan yang adil sehingga meningkatkan kesadaran politis dan kekuasaan kelompok yang lemah serta memperbesar pengaruh mereka terhadap sumber daya alami dan pengelolaannya secara berkelanjutan. Teori tersebut sesuai dengan teori CSR menurut Edi Suharto (2009) CSR merupakan kepedulian yang didasari tiga prinsip yang dikenal dengan istilah *triple bottom lines*, yaitu 3P *Profit*. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang. *People*. Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. *Planet*. Perusahaan peduli terhadap lingkungan

hidup dan berkelanjutan keragaman hayati.

Selanjutnya dilihat dari keuntungan, kepedulian, dan manfaat yang dirasakan baik itu oleh perusahaan maupun masyarakat sekitar. Ini menunjukkan bahwa dalam program CSR telah memberikan dampak positif. Dilihat dari sisi keuntungan yang didapat oleh perusahaan yaitu meningkatkan dampak promosi terhadap produk yang dipasarkan serta dapat mempererat silaturahmi. Adapun keuntungan yang didapat oleh masyarakat sekitar yaitu dapat membantu dan meningkatkan tarap kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan.

Kemudian dilihat dari sisi kepedulian perusahaan terhadap masyarakat yaitu membuat sebuah program yang diimplementasikan oleh CSR Coca-Cola untuk membantu perekonomian masyarakat serta dibidang-bidang lainnya. Adapun kepedulian masyarakat terhadap perusahaan yaitu ikut andil dalam setiap program yang di laksanakan. Yang terakhir yaitu manfaat bagi perusahaan yaitu mengurangi resiko dari dampak negatif, meningkatkan penjualan produk serta mendapatkan citra positif dari masyarakat. Adapun manfaat yang dirasakan oleh masyarakat yaitu dapat merasakan hasil dari program-program CSR serta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Selaras dengan undang-undang No. 11 2009 kesejahteraan sosial adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi local, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat.

PENUTUP

Corporate social responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya baik itu dari segi sumberdaya manusia, lingkungan dan ekonominya untuk membantu dalam pembangunan kesejahteraan masyarakat. berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pemberdayaan masyarakat berbasis program CSR PT Coca-Cola Amtil Indonesia (CCAI), maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

Pertama keuntungan yang didapatkan oleh PT Coca-Cola Amatil Indonesia (CCAI) dalam melaksanakan pemberdayaan masyarakat berbasis CSR diantaranya, keuntungan jangka pendek, Program-program CSR Coca-Cola bisa tersampaikan kepada masyarakat, baik itu dalam bidang ekonomi, bidang pendidikan, bidang lingkungan, dan bidang sosial serta bisa kenal dengan warga masyarakat Desa Cihanjuang. Kemudian keuntungan jangka menengah, semakin berkeluarga dengan warga sekitar perusahaan khususnya Desa Cihanjuang, akrab tidak ada rasa

sungkan dan kekeluargaan yang semakin merekat. Dan yang terakhir keuntungan jangka panjang, Jaringan yang tidak akan terputus dan akan menjadi kenangan yang luar biasa serta akan dikenang oleh warga sekitar perusahaan. Serta menjalin erat silaturahmi yang takan terputus.

Kedua tingkat kepedulian PT Coca-Cola Amatil Indonesia terhadap masyarakat sekitar perusahaan yaitu dalam perusahaan Coca-Cola jarang menunggu bola tapi menjemput bola, karena dengan menjemput bola kami menjalin komunikasi dengan *stakeholder*. Kemudian membuat beberapa program untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat baik dalam bidang pendidikan, lingkungan, sosial dan ekonomi.

Ketiga manfaat program CSR Coca-Cola Amatil Indonesia terhadap lingkungan hidup di sekitar perusahaan yaitu manfaat bagi perusahaan, mengurangi resiko dari dampak negatif, serta meningkatkan penjualan produk serta mendapat citra positif dari masyarakat. Adapun manfaat bagi masyarakat Desa Cihanjuang dapat merasakan hasil dari program-program CSR seta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah dikemukakan penulis menyampaikan saran sebagai berikut: *pertama*, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pemikiran dan melengkapi mengenai pemberdayaan masyarakat berbasis program CSR. Pendirian CSR merupakan suatu tanggung jawab sosial yang akan menjadikan wadah bagi masyarakat untuk pengembangan sumberdaya lokal dalam upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta menggali potensi-potensi sesuai dengan keahliannya. *Kedua* dalam penelitian ini lebih memfokuskan kepada pemberdayaan masyarakat berbasis program CSR. Dengan tujuan apakah CSR itu sesuai dengan program-program yang akan dijalaninya dalam pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan. Untuk memperluas pengalaman dan keilmuan

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N.M. (2001). *Pengembangan Masyarakat Islam*. Bandung: Rosda.
Anwas, O.M. (2014). *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*. Bandung: Alfabeta.
Hudayana, B. (2017). *Pemberdayaan Masyarakat: bunga rampai antropologi terapan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
Ibrahim, Y. (2009). *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: PT Rineka Cipta.
Iskandar, J. (2009). *Ekologi Manusia dan Pembangunan Berkelanjutan*, Bandung: Universitas Padjajaran.
Kuswana, D. (2011). *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: CV Pustaka Setia.
Nasdian, F.T. (2014). *Pengembangan Masyarakat*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

- Roesmidi & Risyanti, R. (2006). *Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung: Alqaprint Jatinangor.
- Saridera.I. (2018). Pemberdayaan Masyarakat Muslim Berbasis Lingkungan dalam *Anida: aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, 18(1), 41-60.
- Suharto,E. (2005). *Membangun Masyarakat Memeberdayakan Rakyat*, Bandung: PT Refika Aditama.
- Suharto, E. (2009). *Pekerja Sosial di Dunia Industri Memperkuat CSR*. Bandung: Alfabeta.
- Sumpena. D. (2012). Islam dan Budaya Lokal: Kajian terhadap Interelasi Islam dan Budaya Sunda dalam *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 6(1), 101-120.
- Theresia, A. (2014). *Pembangunan Berbasis Masyarakat*. Bandung: Alfabeta
- Yuwantono, T. (2017). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Program CSR PT. Asabri *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 2(2), 100-119.
- Zulfitri. (2011). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui CSR PT Indocement Tunggal Prakarsa TBK". Konsentrasi Perbankan Syariah Program Studi Muamalat Fakultas Syariah Dan Hukum*. UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.