



Analisis Komunikasi Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) PT. Perkebunan Nusantara V di Provinsi Riau

Welly Wirman dan Nova Yohana

Dosen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau

Pendahuluan

Salah satu isu penting yang terus menjadi perhatian dunia usaha saat ini adalah soal tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan juga aspek sosial dan lingkungan yang biasa disebut *triple bottom line*. Sinergis dari ketiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) (Wibisono, 2007 : 10).

Sebagai Badan Usaha Milik Negara, PT. Perkebunan Nusantara V mengimplementasikan program CSRnya melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Hal tersebut dilaksanakan dengan cara melakukan pembinaan kepada usaha kecil dan koperasi sesuai dengan Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia No : 10/MBU/2012 tanggal 27 Desember 2012 yang merupakan turunan dari Surat Keputusan Menteri BUMN No: KEP- 05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan. Sumber dana untuk program tersebut setiap tahunnya merupakan penyisihan laba perusahaan yang dialokasikan untuk program kemitraan dan 2% untuk program Bina lingkungan berdasarkan keputusan RUPS. Wilayah kerja Program kemitraan dan bina lingkungan yaitu : Kota Pekanbaru, Kabupaten Kampar, Kabupaten Rokan Hulu, Kabupaten Rokan Hilir, Kabupaten Siak, dan Kabupaten Indragiri.

1. Sesuai dengan Surat Edaran Menteri

BUMN NO: SE-04/MBU.5/2012 PTPN V ditunjuk sebagai koordinator penyaluran PKBL BUMN di Provinsi Riau.(m.bisnis.com/industri/read/20131224/87/194113/-pkbl-belum-signifikan-bantu-umkm-di Riau)

Program kemitraan dilaksanakan sejak tahun 1996 merupakan wujud pertanggung jawaban sosial perusahaan yang didanai dari alokasi hasil laba Perusahaan. Program ini berbentuk pemberian pinjaman modal kerja kepada sektor usaha kecil, mikro dan koperasi dengan imbal jasa (bunga) yang terjangkau. PTPN V turut membantu pemerintah dalam kemudahan menyediakan pinjaman modal kerja melalui Program Kemitraan. Peningkatan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri oleh PTPN V diwujudkan dalam bentuk pemberian pinjaman untuk membiayai modal usaha kecil yang berada di Riau. Sasaran Program Kemitraan yaitu masyarakat disekitar wilayah kerja perseroan berupa Pinjaman Modal Kerja untuk sektor perdagangan, industri, jasa, peternakan, pertanian, perikanan, dan perkebunan, serta berupa Hibah (pelatihan/penyuluhan, studi banding, pameran, pendampingan (UGM) dan *benchmarking*.

Selain dengan kenaikan keuntungan Perseroan dari tahun ke tahun, bahwa dana kemitraan yang disalurkan setiap tahunnya terus meningkat mengalami peningkatan. Total dana yang telah disalurkan tahun 2008 – 2012 sebesar Rp 63,1 Miliar untuk 3.343 unit usaha mitra bisnis baik untuk bidang industri, perdagangan, pertanian,peternakan, perikanan maupun jasa kepada usaha kecil dan koperasi yang ada di perusahaan. Dana hibah diberikan untuk kepentingan mitra bisnis, dimana s/d tahun 2012 terus mengalami peningkatan dan jumlah yang telah disalurkan adalah sebesar Rp.8.454.243.345,- (lihat Report PTPN V 2012).

Program Bina Lingkungan dilakukan dengan tujuan pemberdayaan masyarakat sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan sekaligus membantu pemerintah dalam meringankan beban masyarakat serta mengurangi kesenjangan sosial. Perusahaan telah mengalokasikan dana Bina Lingkungan/CD untuk Kabupaten/Kota di Propinsi Riau. Bentuk bantuan Bina Lingkungan yang diberikan kepada masyarakat Bina Lingkungan Perusahaan diberikan bagi sektor Pendidikan, sektor Kesehatan, sektor Olahraga, sektor Kesenian, bantuan untuk Bencana Alam dan Infrastruktur. Terkait program bina



lingkungan, tercatat untuk penyaluran dana bina lingkungan mulai dari tahun 2000 hingga Juni 2013 Perusahaan telah menyalurkan dana bina lingkungan community development sejumlah Rp 43.227.447.879.

Sebagai salah satu entitas bisnis yang besar di Provinsi Riau, Perusahaan berusaha keras untuk terus menjaga eksistensi dan keberlanjutan operasionalnya agar dapat memberikan manfaat optimal baik bagi para pemegang saham (shareholders) maupun stakeholders. Komitmen tersebut menjadi salah satu pegangan penting bagi manajemen untuk mengelola Perseroan. Perseroan sebagai bagian dari lingkungan bisnis menjaga keharmonisan dan keselarasan dengan komponen lingkungan internal dan eksternal seperti karyawan, konsumen, pemasok, masyarakat sekitar, lingkungan ekologi dan komponen lainnya. Salah satu usaha yang dilakukan Perseroan adalah selalu mengikuti perkembangan Pedoman Perkebunan Kelapa Sawit Berkelanjutan Indonesia (Indonesian Sustainable Palm Oil/ISPO).

Bagi Perseroan, penerapan tanggung jawab sosial Perseroan tidak dianggap sebagai *cost* melainkan investasi. Perseroan menganggap bahwa tanggung jawab sosial Perseroan bukan merupakan kegiatan yang sukarela atau merupakan jasa baik Perseroan kepada masyarakat. Tanggung jawab sosial Perseroan merupakan komitmen yang dilakukan Perseroan berkaitan dengan pertanggungjawaban terhadap kegiatannya pemanfaatan sumber daya alam.

Tanggung jawab sosial yang diberikan Perseroan ini, selain bersumber dari alokasi dana PKBL yang merupakan penyisihan 2-4% laba bersih perseroan, juga dari alokasi biaya perseroan yang sesuai kegiatan kepedulian tersebut. Dengan pengalokasian biaya tanggung jawab sosial ini menjadi beban Perseroan, tidak mengurangi pendapatan perseroan. Akan tetapi dengan pelaksanaan program tanggung jawab sosial ini perseroan mendapatkan positif berupa dukungan masyarakat terhadap keberadaan perseroan. Dengan demikian diharapkan citra perseroan akan semakin baik di mata masyarakat. Dukungan dan hubungan yang harmonis ini merupakan aset perseroan yang tak ternilai.

Bentuk kepedulian melalui program CSR dimaksudkan sebagai proses komunikasi orang-orang atau perusahaan terhadap lingkungannya. Komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik



yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan : (1) membangun hubungan antar sesama manusia; (2) pertukaran informasi; (3) menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain; (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu (Cangara, 2005). Keberhasilan kegiatan komunikasi banyak ditentukan oleh manajemen komunikasi yang diterapkan. Di lain pihak jika tidak ada manajemen komunikasi yang baik, efek dari proses komunikasi bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Untuk suatu efektivitas kebijakan perlu dilakukan manajemen komunikasi dengan prinsip resiprokal yang terpadu, terarah dan tepat sasaran. Dengan kata lain manajemen komunikasi yang mampu memaksimalkan proses pengelolaan sumberdaya komunikasi untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas pertukaran pesan yang terjadi dalam berbagi konteks komunikasi. Proses komunikasi program CSR PTPN V melalui program Kemitraan dan Bina Lingkungan dilakukan secara terpadu antara PTPN V dengan Dinas Koperasi dan UMKM secara Sinergi.

Dalam pelaksanaannya masih banyak keluhan atau penilaian masyarakat terhadap program pemberdayaan masyarakat dimana pelaksanaan program hanya sekedar menyelesaikan atau mengejar targetnya apa yang sudah direncanakan baik fisik maupun non fisik tanpa memperhatikan dampak dan tindak lanjut dari program tersebut. Hal ini akan semakin sering kita dengar ketika pola pelaksanaan pemberdayaan masyarakat meninggalkan prinsip partisipatif (partisipatori) dalam tahapan aktivitas program. Pemerintah sangat akan penumbuhkembangan UMKM, namun menurut Dirut Kadin Provinsi Riau peran BUMN untuk penumbuhkembangan UMKM di Riau melalui PKBL masih banyak belum berhasil dengan melihat fakta yang ada dari berbagai data dirilis bahwa peningkatan UMKM belum signifikan baik kuantitatif maupun kualitatif (Wawancara dengan Dirut Eksekutif Kadin Provinsi Riau, 25 April 2014).

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis sistem manajemen komunikasi pada pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dalam bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) di PT Perkebunan Nusantara dalam pemberdayaan masyarakat di Provinsi Riau.

Berbicara tentang program kemitraan dan bina lingkungan



maka terkait pula dengan pengelolaan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan. Sebagian kalangan menyatakan bahwa manajemen komunikasi ini akan menentukan keberhasilan perusahaan dalam berkomunikasi dengan segenap stakeholdernya. Banyak definisi manajemen komunikasi menurut para pakar atau ahli. Menurut Michael Hayes (1994:8) “Bagaimana individu atau manusia mengelola proses komunikasi melalui penyusunan kerangka makna dalam hubungannya dengan orang lain dalam berbagai lingkup komunikasi dengan mengoptimalkan sumberdaya komunikasi dan teknologi yang ada”. Proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Parag Diwan, 1999). Pengaplikasian penggunaan sumberdaya manusia dan teknologi secara optimal untuk meningkatkan kualitas diantara manusia (Egan dan Cowan, 1997). Jadi secara umum, definisi manajemen komunikasi adalah proses pengelolaan sumberdaya komunikasi yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas pertukaran pesan yang terjadi dalam berbagai konteks komunikasi (individual, organisasional, govermental, sosial, atau internasional).

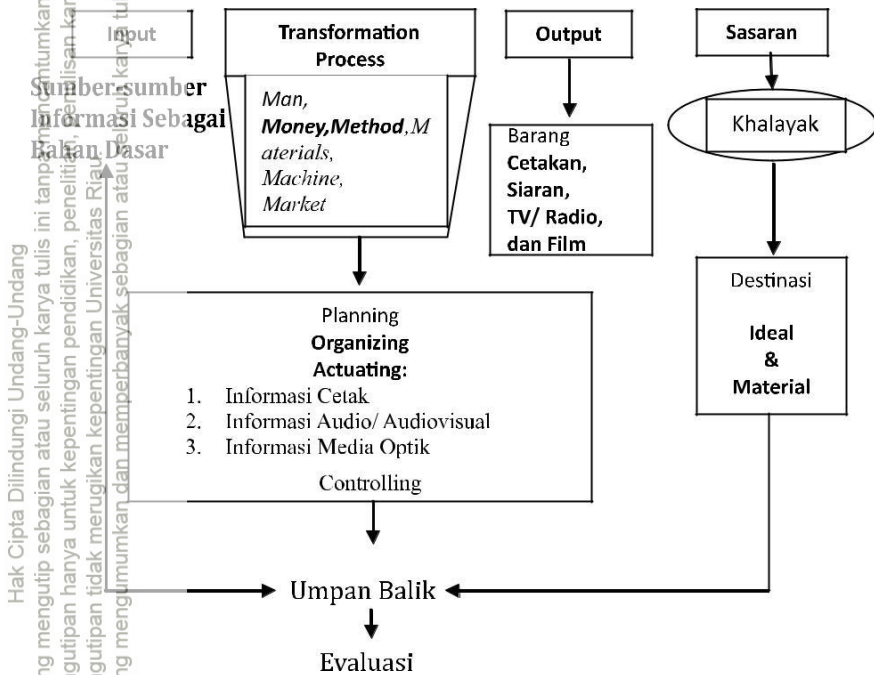
Menurut Irwin Harry (dalam Soedarsono, 2009: 46), manajemen komunikasi merupakan proses yang menggunakan manusia, keuangan dan teknik yang berfungsi membentuk komunikasi antarperusahaan dan antara perusahaan dengan publiknya. Sedangkan Kaye (dalam Soedarsono, 2009: 46) memberikan pengertian manajemen komunikasi menyiratkan penggunaan sumber daya manusia dan teknologi secara optimal untuk menjalin hubungan antarmanusia. Kedua pengertian manajemen komunikasi tersebut maknanya mengusulkan agar individu dapat mengoptimalkan sumber daya manusia ke dalam aspek pengelolaan manajemen di organisasi/ perusahaan menggunakan model komunikasi yang sistematis sehingga memudahkan aktivitas komunikasi manajemen di seluruh unit organisasi/ perusahaan. Setiap aktivitas pendistribusian pesan atau informasi adalah aktivitas komunikasi yang meliputi aktivitas pencarian, pengumpulan, dan pengolahan informasi. Pendistribusian informasi selalu memerlukan manajemen.

Sebagaimana telah dipaparkan bahwa manajemen merupakan sebuah proses dengan memanfaatkan fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan/ pelaksanaan, dan pengawasan untuk



mencapai tujuan organisasi. Melalui fungsi-fungsi itu, pesan atau informasi ditata dan diatur sedemikian rupa disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat yang dikemas dalam rentangan berbagai kegiatan komunikasi untuk mencapai sasaran. Secara sederhana dapat dikemukakan bahwa manajemen komunikasi adalah manajemen yang diterapkan dalam kegiatan komunikasi. Ini berarti manajemen akan berperan atau sebagai penggerak aktivitas komunikasi dalam usaha pencapaian tujuan komunikasi.

Dalam rangka pencapaian tujuan tersebut, maka di sinilah asas-asas manajemen dan komunikasi dipadukan dan disesuaikan di atas landasan tujuan yang hendak dicapai. Dalam hal ini, para pelaku komunikasi seharusnya harus mengetahui seluk-beluk ilmu manajemen dan ilmu komunikasi. Apabila ada keinginan bersama untuk menyuksekkan penyelenggaraan komunikasi secara efektif. Adapun perpaduan ilmu manajemen (pendekatan model input-output dari Henry Fayol) dan ilmu komunikasi (pendekatan model komunikasi matematik dari Shanon & Weaver), dapat dijabarkan dalam gambar model berikut ini:



Gambar 2.1. Model Input-Output dan Model Proses Komunikasi

Sumber : (Suprpto, 2009: 141)





terdiri atas: Industri, Perdagangan, Pertanian, Peternakan, Perkebunan, Perikanan, Jasa. Kemudian Program Bina Lingkungan terdiri atas: Sektor Pendidikan, Kerohanian, Sarana/Prasarana, Kesehatan, Pelest. Alam, Bencana Alam, Pengentasan Kemiskinan. Program Kemitraan dibantu oleh dinas koperasi setempat karena UMKM berada dibawah naungan Dinas Koperasi.

Jumlah penyisihan laba untuk pendanaan program maksimal sebesar 2% (dua persen) dari laba bersih untuk Program Kemitraan dan maksimal 2% (dua persen) dari laba bersih untuk Program Bina Lingkungan. Sedangkan menurut Asisten Deputi Pembinaan Kemitraan dan Bina Lingkungan, Kementrian BUMN (2010), sebenarnya peran PKBL-BUMN mempunyai cakupan yang lebih luas dibanding praktek Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan swasta karena PKBL-BUMN juga diharapkan untuk mampu mewujudkan 3 (tiga) pilar utama pembangunan (*triple track*) yaitu ; (1). pengurangan jumlah pengangguran (*pro-job*), (2) pengurangan jumlah penduduk miskin (*pro-poor*), dan (3). peningkatan pertumbuhan ekonomi (*pro-growth*).

Salah satu yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam melaksanakan program melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat. Proses pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*) merupakan upaya membantu masyarakat untuk mengembangkan kemampuannya sendiri sehingga bebas dan mampu untuk mengatasi masalah-masalah yang dihadapi dan mengambil keputusan secara mandiri. Proses pemberdayaan tersebut dilakukan dengan memberikan kewenangan aksesibilitas terhadap sumberdaya dan lingkungan yang produktif (Perkins dan Zimmerman, 1995). Konsep pemberdayaan mewarnai paradigma pembangunan. Pada tataran kehidupan berbangsa, pemberdayaan dimaknai sebagai partisipasi yang setara pemerintah, swasta dan masyarakat.

Dengan demikian, pemerintah, swasta, dan masyarakat memiliki tanggung jawab yang sama dalam upaya pencapaian tujuan pembangunan. Pemerintah sebagai institusi formal berperan dalam perencanaan dan pelaksanaan pembangunan di segala sektor. Swasta dapat berperan sebagai mitra pemerintah dalam pelaksanaan pada satu atau beberapa sektor pembangunan. Masyarakat harus berperan sebagai subyek dan obyek pembangunan dengan pengertian bahwa masyarakat



harus dilibatkan dalam perencanaan, pelaksanaan, melakukan evaluasi dan menikmati hasil-hasil pembangunan. Dari berbagai pandangan mengenai konsep pemberdayaan, maka dapat disarikan, bahwa pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah penguatan kepemilikan faktor-faktor produksi, penguatan penguasaan distribusi dan pemasaran, penguatan masyarakat untuk mendapatkan gaji/upah yang memadai, dan penguatan masyarakat untuk memperoleh informasi, pengetahuan dan keterampilan yang harus dilakukan secara multi aspek baik dari aspek masyarakatnya sendiri maupun aspek kebijakannya.

Amamhuri dalam Suparjan dan Hempri (2013) menyatakan bahwa pemberdayaan ekonomi rakyat merupakan salah satu elemen strategis dalam paradigma baru pembangunan. Bila ekonomi rakyat berkembang, maka pendapatan dan kesejahteraan rakyat akan meningkat sebab kebutuhan ekonomi mereka semakin terpenuhi. Dengan pemberdayaan ekonomi rakyat maka partisipasi aktif dalam pembangunan akan menjadi pendorong dari dalam (*inner drive*). Bila partisipasi aktif masyarakat dalam pembangunan meningkat maka tujuan akhir pembangunan akan lebih mudah dicapai.

Umodingrat (1999) menyimpulkan bahwa pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi tidak cukup hanya dengan pemberian modal bergulir, tetapi juga harus ada penguatan kelembagaan ekonomi masyarakat, penguatan sumberdaya manusianya, penyediaan prasarananya, penguatan posisi tawarnya. Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi atau penguatan ekonomi rakyat, harus dilakukan secara elegan dan menghambat dan mendiskriminasikan ekonomi kuat; untuk itu diperlukan antar usaha mikro, usaha kecil usaha menengah dan usaha besar agar berjalan yang harus ditempuh.

Simpulan dan Pembahasan

Kondisi saat ini mengindikasikan adanya berbagai penyakit masyarakat (patologi sosial) yang semakin meluas, hal ini dapat mengganggu kelangsungan suatu perusahaan. Misalnya kriminalitas yang semakin meningkat, tingkat pendapatan dan kesejahteraan masyarakat yang rendah dapat menimbulkan kecemburuan dan ketegangan sosial yang berujung pada kerusuhan sosial. Sebagaimana dinyatakan oleh Subianto (2008) bahwa kemiskinan yang meluas menyebabkan keamanan



dan ketertiban menjadi komoditas yang amat mahal. Kondisi ini dapat menjadi ancaman serius bagi dunia usaha karena akan mengganggu sistem operasional perusahaan.

Hal ini sejalan dengan pernyataan Fukuyama (2000) bahwa transisi masyarakat dari masyarakat industri menuju masyarakat informasi semakin memperenggang ikatan sosial dan melahirkan banyak patologi sosial seperti meningkatnya angka kejahatan, dan menurunnya kepercayaan sesama komponen masyarakat. Agar hal itu tidak terjadi, perusahaan diharapkan dapat membangun jaringan sosial untuk menumbuhkan kepercayaan (*trust*) antara masyarakat dengan perusahaan, caranya dengan melakukan investasi modal sosial sebagai perekat antara perusahaan dengan lingkungan sosialnya. Investasi sosial yang dapat dilakukan oleh perusahaan antara lain dengan melaksanakan tanggungjawab sosial perusahaan yang ditujukan bagi masyarakat sekitar perusahaan. Di Indonesia, pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan masih jauh dari harapan semua pihak, sehingga pemerintah menganggap perlu adanya aturan atau perundangan yang mengikat perusahaan nasional dan multinasional untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya.

Pemerintah menegaskan bahwa setiap perusahaan memiliki kewajiban untuk bertanggungjawab akan kesejahteraan dan peningkatan kualitas hidup masyarakatnya yang ada di sekitar lokasi perusahaan tersebut. Tanggung jawab yang diberikan kepada perusahaan tersebut dituangkan dalam Keputusan Menteri BUMN Nomor : KEP-236/MBU/2003 tanggal 1 Juni 2003. Dengan disahkannya Undang-Undang Perseroan Terbatas tahun Juli 2007 sebagai revisi terhadap Undang-Undang Nomor 1 tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas, ternyata masih memunculkan dua kelompok yang berseberangan dalam menafsirkan implikasi dari Pasal 74 tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu pro dan kontra (Sumaryo, 2009). Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Responsibility/CSR*), saat ini menjadi salah satu isu penting yang semakin menjadi perhatian dunia usaha. Salah satu ide pokok CSR terkait dengan mandat dunia usaha yakni dunia usaha tidak semata-mata mencari keuntungan, tetapi harus pula bersikap etis dan berperan dalam penciptaan lingkungan sosial. Diantaranya, yang lazim dilakukan oleh perusahaan adalah mengembangkan program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat.



Beberapa perusahaan swasta nasional atau BUMN telah mengimplementasikan tanggung jawab sosialnya pada berbagai bidang pembangunan seperti sosial, ekonomi, budaya, dan sarana prasarana umum yang menjangkau beberapa sektor seperti pendidikan, kesehatan, keagamaan, prasarana transportasi, pertanian, dan perekonomian masyarakat. Dengan pelaksanaan CSR diharapkan dapat memberikan sumbangan yang signifikan terhadap perkembangan dan kemajuan suatu wilayah. Besarnya kontribusi CSR dalam pembangunan wilayah dapat kita runut atau dengan membandingkan kondisi suatu wilayah sebelum dan sesudah pelaksanaan CSR.

Sebagai badan Usaha Milik Negara, PT Perkebunan Nusantara V (PTPN V) juga memiliki program CSR. PTPN V mengimplementasikan program CSRnya melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri serta meningkatkan kondisi sosial masyarakat. Salah satu bentuk program CSR yang dijalankan oleh PTPN V adalah PKBL yang memiliki visi mewujudkan mitra binaan yang tangguh dan mandiri serta dapat bersinergi dengan perusahaan PTPN V. Sedangkan misi PKBL adalah meningkatkan taraf hidup mitra binaan serta masyarakat di lingkungan perusahaan, menciptakan lapangan kerja dan mengurangi dampak negatif pembangunan social, iklim kondusif bagi perusahaan. Dilingkungan mitra binaan dan masyarakat sekitar perusahaan yang pada gilirannya dapat memberikan dukungan. PKBL terdiri dari dua kelompok program yaitu program Kemitraan (PK) dan Bina Lingkungan (BL). Program Kemitraan sudah dilaksanakan sejak tahun 1996, sedangkan Program Bina Lingkungan dilaksanakan pada tahun 2000.

Kebijakan perusahaan terhadap CSR/PKBL sangat mendukung dengan hal membantu masyarakat yang ada disekitarnya. Cara yang dilakukan adalah berkordinasi dengan pihak kebun unit PTPN V (untuk Program BL) dan dinas Koperasi (untuk Program PK). Kendala yang sering ditemui dalam pelaksanaan program kemitraan dan Bina Lingkungan adalah banyaknya permintaan/proposal yang masuk tidak dapat dipenuhi karena dana yang terbatas. Dana Program PKBL berasal dari penyisihan laba perusahaan yang jumlah dananya setiap tahunnya ditetapkan oleh Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Program PKBL dilaksanakan setiap tahunnya sesuai dengan RKA



(Rencana Kerja dan Anggaran) yang ditetapkan setiap awal tahun anggaran yang dilaksanakan selama 1 tahun berjalan, bentuknya adalah pemberian pinjaman kepada UMKM melalui program kemitraan dan pemberian dana hibah melalui program Bina Lingkungan, Pemberian Bantuan Kepada UMKM dan masyarakat teresasar di seluruh wilayah Riau khususnya wilayah di sekitar kebun/unit kerja perusahaan. Program Kemitraan terdiri dari sektor: Industri, Perdagangan, Pertanian, Peternakan, Perkebunan, Perikanan dan Jasa. Program Kemitraan dibantu oleh dinas koperasi setempat karena UMKM berada dibawah naungan Dinas Koperasi. Kemudian Program Bina Lingkungan terdiri atas: Sektor Pendidikan, Keolaharhan, Sarana/Prasarana, Kesehatan, Pelestarian. Alam, Bencana Alam, Pengentasan Kemiskinan.

Proses komunikasi dalam pelaksanaan program PKBL di PTPN V meliputi model komunikasi searah dalam pemberian informasi, komunikasi dialogis (penyuluhan dan pelatihan) dan komunikasi persuasif. Komunikasi diawali oleh bagian PKBL sebagai sumber yang memberikan informasi penerimaan proposal bantuan pinjaman lunak kepada masyarakat. Informasi tersebut disampaikan kepada Dinas Koperasi dan UMKM yang ada di Kabupaten/Kota di Propinsi Riau, khususnya di daerah operasional perusahaan. Pihak PKBL PTPN V menyampaikan informasi tersebut melalui handphone, telepon atau datang langsung ke Dinas Koperasi dan UMKM. Pegawai dinas Koperasi dan UMKM menyampaikan informasi tersebut kepada masyarakat pada kegiatan seminar atau pelatihan yang sedang diadakan. Pegawai dinas Koperasi dan UMKM tidak menyediakan media khusus (media cetak ataupun elektronik) untuk menginformasikan pemberitahuan tersebut, begitu juga pihak PKBL PTPN V. Hal ini mengakibatkan penyebaran informasi yang kurang merata dan terbatas, karena hanya disampaikan dari mulut ke mulut. Menurut pihak PKBL PTPN V dan Dinas Koperasi dan UMKM, masyarakat umumnya sudah tahu kapan rentang waktu pengajuan proposal tersebut atau menanyakan langsung ke Dinas Koperasi dan UMKM setempat.

Setelah itu tahap selanjutnya proposal-proposal yang masuk dianalisa dan ditinjau oleh bagian PKBL. Setelah itu dilakukan survey ke lapangan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi setempat untuk melihat kelayakan usaha masyarakat yang mengajukan pinjaman. Syarat untuk pengajuan pinjaman usaha yaitu ada usaha yang di jalankan. Ruang lingkup



usaha yang dibantu terdiri dari pertanian, perikanan, peternakan, jasa, perdagangan, yang meliputi kelompok/*cluster* yang ditentukan oleh masyarakat tersebut dan juga perorangan. Untuk usaha kelompok jumlah pinjaman tergantung jumlah anggota dengan jumlah pinjaman terbesar sebesar 400 juta rupiah, sedangkan untuk usaha perorangan pinjaman yang diberikan sekitar 15 juta rupiah sampai 50 juta rupiah. Pengembalian pinjaman dilakukan secara kolektif oleh pimpinan kelompok atau perorangan bagi yang meminjam secara perorangan.

Komunikasi dengan masyarakat penerima dana bantuan dilakukan setelah ditetapkan besaran dana yang akan diberikan oleh pihak CSR/ PKBL PTPN V, dengan melakukan penyuluhan singkat menjelaskan fungsi dan tanggung jawab mitra binaan mengenai tata cara pembayaran pinjaman. Setelah dana dicairkan kepada masyarakat penerima bantuan (mitra binaan) maka dilakukan pelatihan alam rangka pembinaan yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri.

Tata pembayaran dan rentang waktu pengembalian adalah dengan mencicil selama 3 tahun atau 36 bulan dengan bunga 6% pertahun. Penggunaan pinjaman menggunakan agunan berupa surat tanah, rumah, kendaraan mobil, yang bertujuan untuk menguatkan rasa tanggung jawab kreditor. Jaminan tidak bisa dialih fungsikan dan agunan akan dikembalikan jika pinjaman sudah lunas. Selama ini tidak jarang terjadi kredit macet dalam pengembalian pinjaman, dengan kriteria pengembalian lancar jika selesai dalam 3 tahun, kurang lancar kalau 4 tahun, dan macet jika pinjaman baru bisa diselesaikan dalam waktu lima tahun atau masuk kategori kredit macet, dan cicilan tetap terus di bayar oleh debitur. Kreditor akan mendapatkan kesempatan untuk mengajukan peninjauan yang kedua kali dan maksimal tiga kali jika pembayaran debitur berjalan lancar. Petugas PKBL PTPN V melakukan kunjungan dan pemeriksaan yaitu mendatangi masyarakat yang terlambat membayar pinjaman bulanan. Mereka melakukan komunikasi persuasif dengan memberikan nasehat-nasehat, tujuannya agar mereka melakukan tanggung jawab terhadap dana yang sudah mereka terima. Pemutihan atau kesekusi agunan/jaminan tidak ada dalam regulasi sehingga CSR PTPN V tidak melakukannya. Audit implementasi CSR PTPN V dilakukan oleh KAP (Kantor Akuntan Publik) independen. Hasil audit kemudian diserahkan ke menteri BUMN.



Kesimpulan

Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan akibat atau hasil apa, yang merupakan unsur-unsur atau komponen komunikasi. Selanjutnya proses komunikasi pada pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PTPN V di Pekanbaru dapat dianalisis melalui komponen-komponen komunikasinya yaitu:

1. Sumber/komunikator, adalah pelaku utama/pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi atau yang memulai suatu komunikasi, dalam hal ini adalah pihak PKBL PTPN V yang terdiri dari Kepala Bagian PKBL, Kepala Urusan, beserta karyawan pelaksana PKBL PTPN V dibantu pihak Dinas Koperasi dan UMKM serta narasumber. (cth : pihak Indomaret, Dinas Perindustrian, dll) pada setiap acara pelatihan yang diadakan untuk para mitra binaan PTPN V.

Pesan, adalah apa yang akan disampaikan/dikomunikasikan oleh sumber (komunikator) kepada penerima (komunikan). Pesan yang disampaikan dalam pelaksanaan PKBL antara lain berupa informasi tentang pengajuan proposal pinjaman/bantuan dana, persyaratan untuk mendapatkan pinjaman dan aturan pengembalian pinjaman yang disampaikan dalam kegiatan penyuluhan pada saat penandatanganan akad kredit. Pada kegiatan pelatihan, informasi yang disampaikan antara lain berupa kiat-kiat untuk pengembangan usaha, tatacara menata produk yang baik, cara membuat kemasan produk yang menarik, dll.

Saluran/media adalah alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka), maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik dll). Informasi yang diberikan dalam pelaksanaan PKBL PTPN V disampaikan secara langsung atau tatap muka. Pihak PKBL PTPN V ataupun Dinas Koperasi dan UMKM tidak menyediakan media khusus (media cetak ataupun elektronik) untuk meninformasikan pemberitahuan tersebut, sehingga penyebaran informasinya terbatas. Hal ini menimbulkan kesan informasi tersebut kurang terbuka.

2. Penerima (komunikan) adalah khalayak sasaran yang menerima





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.

pesan dari sumber, dalam hal ini adalah masyarakat umum, khususnya yang berada disekitar wilayah operasional perusahaan PTPN V.

Dampak/efek adalah apa yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber, seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan, dll. Masyarakat di sekitar wilayah operasional perusahaan PTPN V merasa sangat terbantu dengan adanya program PKBL yang dilaksanakan oleh perusahaan. Disamping penambahan modal usaha, masyarakat juga mendapat tambahan informasi dan pengetahuan tentang bagaimana berwirausaha yang baik, sehingga diharapkan dapat meningkatkan taraf perekonomian masyarakat sekitar. Secara tidak langsung hal ini dapat menetralkan gelombang social yang timbul disekitar wilayah kerja perusahaan dan timbulnya citra positif dari masyarakat terhadap perusahaan.

Daftar Pustaka

- Broom, G., & Dozier, D (1990). *Using Research in Public Relations*, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Cangara, Hafid (2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : PT Raja Grafindo
- Criswell, John. W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design : Choosing Among Five Traditions*, London : SAGE Publications.
- Dwikarini (2009). *Corporate Social Responsibility-Transformasi Konsep Sustainability Manajemen dan Implementasi di Indonesia*. Bandung: Refika Utama
- Fukuyama, F. (1999). *The Great Disruption: Human Nature and the Reconstitution of Social Order*, New York, London, Toronto, Sydney, Singapore: Simon and Schuster.
- Kase, Michael (1994). *Communication Management*, Sydney: Prentice Hall.
- Masahid (2006). *Tanggung Jawab Sosial BUMN*, Depok : Pustaka
- Perkins D. D, dan Marc A. Zimmerman (1995). "Empowerment Theory, Psychology, October 1995 Vol.23. New York.
- Sedarsono, Dewi K (2009). *Sistem Manajemen Komunikasi (Teori, Model dan Aplikasinya)*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Solihanto, B. (2007). *Sustainable Corporate : Implikasi Hubungan Harmonis Perusahaan dan Masyarakat*, PT Semen Gresik (Persero) : Gresik.
- Solihanto, I. (2009). *Corporate Social Responsibility From Charity to Sustainability*, Jakarta: Salemba Empat.
- Solihanto, I. (2009). *Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) dalam Pemberdayaan dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat : Kasus di Provinsi Lampung*, Disertasi. IPB : Bogor
- Solihanto, I. (1999). *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaringan Pengaman Sosial*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Solihanto, I. dan Hempri S. (2003). *Pengembangan Masyarakat dari Pembangunan sampai Pemberdayaan*, Yogyakarta : CRS Indonesia.
- Solihanto, Tommy (2009). *Pengantar Ilmu Komunikasi (dan peran manajemen dalam komunikasi)*. Yogyakarta: CAPS
- Wibisono (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, Gresik : Fascho Publishing.

