

## BAB IV

### PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA HASIL PENELITIAN

#### 4.1 Paparan Data Hasil Penelitian

##### 4.1.1 Sejarah Perusahaan

Kusuma Agrowisata berlokasi dikota Batu - Jawa Timur. Kota Batu yang terletak sekitar 19 Km dari kota Malang dan berada pada ketinggian 680 – 1700 M diatas permukaan laut sudah terkenal sejak jaman dahulu sebagai daerah tujuan wisata. Disamping hawanya yang sejuk, juga pemandangan alamnya yang indah karena kota Batu dipagari oleh gunung Panderman (2040 m), gunung Arjuno (3339 m), gunung Welirang (2156 m), gunung Anjasmoro (2277 m), dan gunung Kawi (2651 m). Oleh sebab terletak didaerah pegunungan tersebut, maka Kota Batu sangat cocok sebagai tempat usaha pertanian *hortikultura* (sayuran, buah dan bunga). Hal yang paling menonjol untuk buahnya adalah Apel tropis. Hamparan kebun Apel dapat kita lihat didaerah Batu sampai dengan ketinggian 1500 m dari permukaan laut. Tanaman Apel butuh daerah dataran tinggi atau kondisi iklim dingin tetapi kering dengan kelembaban udara rata-rata berkisar antara 60% - 70%.

Dari kebun apel seluas 4 Ha pada tahun 1989 seorang **Edy Antoro** begitu keluar dari PT. Perkebunan XXVI (sekarang PT PN XII) mengawali usahanya dibidang Agrowisata. Waktu itu tidak terpikirkan akan membuka usaha semacam itu, yang terpikirkan hanyalah bagaimana menanam Apel supaya hasilnya bagus. Berdasarkan pengalaman di perkebunan kopi PT. Perkebunan XXVI di daerah

Ijen, Bondowoso sebagai seorang *sinder*, dia sangat menguasai hal-hal yang berkaitan dengan masalah budidaya tanaman, meskipun jenis tanamannya berbeda. Hasilnya, panen buah Apel pertama luar biasa. Tapi waktu itu harga Apel dipasaran lokal di Batu rendah karena kebetulan ada panen raya.

Oleh karenanya dengan kendaraan bak terbuka, berkeranjang-keranjang Apel dia bawa sendiri ke Surabaya dengan harapan harga yang diperoleh jauh lebih baik. Apel tersebut di tawarkan ke kios-kios mewah, pedagang Apel, dan juga pengepul yang ada di Surabaya. Tapi apa yang didapat? Apel itu ditawar/ dihargai lebih rendah dari pada harga Apel di tingkat pengepul di Batu! Padahal buah Apel hasil panen tersebut jauh lebih baik mutunya daripada rata-rata Apel yang dijajakan oleh pedagang di Batu sendiri. Pedagang di Surabaya tersebut nampaknya lebih suka menjual buah-buahan *import*, termasuk Apel.

Akhirnya dari pada apel-apel tersebut dibawa pulang ke Batu lagi, **Edy Antoro** minta dihargai sesuai dengan harga ditingkat grosir di Surabaya, walaupun sebenarnya dia juga rugi diongkos transport. Akhirnya pedagang tersebut mau asalkan disortir terlebih dahulu. Setelah disortir oleh pedagangnya, apel yang tadinya 6 kwintal, hanya tinggal 25 Kg yang dianggap “memenuhi syarat/ grade” yang dikehendaki pedagang. Kecewa dengan ulah pedagang seperti itu akhirnya dia mempunyai ide untuk menjual apel langsung petik dikebun. Waktu itu dia hanya mengenakan biaya Rp 2.500,-/ orang dan dapat memetik sendiri serta makan sepuasnya. Bila pengunjung ingin membawa pulang, apel-apel yang telah dipetik itu harus ditimbang dan dibayar Rp 2.500/ Kg. Dengan harga itu menurut keterangan **Edy Antoro** dia sudah mengantongi keuntungan paling

tidak Rp. 600,-/Kg karena harga apel di pasaran Rp 1.900/Kg. Sementara pengunjung yang membayar Rp 2.500,-/orang dan makan sepuasnya itu paling banyak hanya dapat menghabiskan 5 buah apel dan itu setara dengan 1 Kg, demikian kata **Edy Antoro**.

Perjalanan selanjutnya, pada tahun 1992 mulai membangun *cottage* sebanyak 16 kamar dengan areal kebun yang diperluas menjadi 8 Ha, ditanami apel dan jeruk. Kemudian pada tahun berikutnya (1993) menambah kamar menjadi 66 buah dan fasilitas yang lain, diantaranya: kolam renang, restoran, dan ruang pertemuan. Pada tahun 1994 jumlah kamar bertambah menjadi 84 buah dan pada tahun 1995 dibangun hotel 3 lantai sehingga total kamarnya menjadi 152 kamar dan fasilitasnya bertambah, antara lain: Lobby, 3 Restaurant, 8 Ruang Pertemuan, dan 2 Lapangan Tenis. Pada tahun 1996 untuk menambah objek wisata Agro telah dibangun pula rumah kaca (*Green House*) untuk tanaman hias dan menanam kopi jenis Arabika tipe kate yang genjah seluas 9 Ha (Kartika-1). Berikutnya pada tahun 1997 membuka usaha *Estate* dan *Travel* dan antara tahun 1998 - 2000 menambah jenis tanaman untuk wisata Agro, yaitu *strawberry* dan membangun *green house* lagi untuk sayur dan tanaman jenis hidroponik lainnya.

Pada tahun itu pula dibangun "*home industry*" dengan bahan utama buah apel. Akhirnya dapat diproduksi sari apel, jenang apel, wingko apel, selai/ *apple jam*, *cider vinegar* apel, cuka apel. Mulai tahun 2002 ini peralatannya sudah semi modern dengan menggunakan *boiler*. Produk industri apel ini sudah menjangkau daerah Jawa Timur, Jawa Tengah, Jakarta, dan Bali. Pada tahun 2002 ini pula didirikan KLINIK AGRIBISNIS & AGROWISATA yang tujuannya adalah

sebagai pusat kajian agribisnis untuk memberdayakan, khususnya petani Indonesia dan pada umumnya dunia agribisnis di Tanah Air. Programnya adalah mengadakan pelatihan-pelatihan, training, studi banding, seminar, kajian-kajian, dan juga lebih memasyarakatkan wisata Agro di masyarakat dengan membuat paket-paket wisata (bekerjasama dengan biro perjalanan/ travel). Mulai tahun 2002 ini pula KLINIK AGRIBISNIS akan mengembangkan PERTANIAN ORGANIK.

Semua usaha dan aktifitas yang dirintis oleh **Edy Antoro** itu diwadahi dalam sebuah badan hukum yang legal, yaitu **PT. KUSUMA SATRIA DINASASRI WISATAJAYA** yang sekarang merupakan “ *Holding* ” dari beberapa perusahaan, antara lain: Hotel, Estate, Industri, dan Agrowisata. Total luas arealnya sekarang mencapai 60 Ha. Dengan jumlah karyawan tetap sekitar 400 orang dan total seluruh karyawan, termasuk harian lepas mencapai lebih dari 800 orang.

#### **4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan**

**Visi** : Membangun Kusuma Agrowisata Group menjadi perusahaan yang terpercaya, terkemuka, yang tangguh dan mampu bersaing di pasar Global.

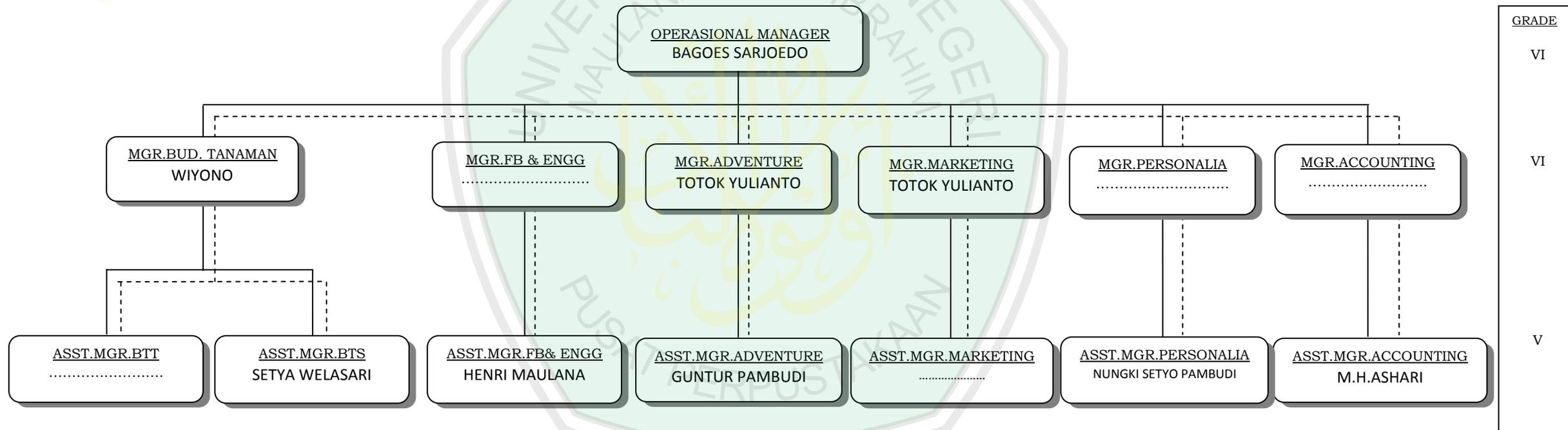
**Misi** : Menghasilkan produk dan jasa yang dapat diterima dan dapat memberikan kepuasan konsumen mendapat keuntungan untuk kelangsungan dan pengembangan usaha serta kesejahteraan karyawan.

4.1.3 Struktur Organisasi Divisi Agrowisata



Gambar 4.1

STRUKTUR ORGANISASI  
DIVISI AGROWISATA



BATU ,01 Januari 2013

BAGOES SARJOEDO  
OPERASIONAL MANAGER



### **Keterangan Deskripsi Struktur Organisasi Divisi Agrowisata**

Berdasarkan gambar struktur diatas dapat dijelaskan bahwa Divisi Agrowisata memiliki lima bagian manajemen, diantaranya : manajemen budidaya tanaman, manajemen *food and beverage*, manajemen *Adventure*, bagian *marketing*, bagian *personalia* dan bagian *accounting*.

Sesuai dengan garis wewenang atau garis perintah manager operasional memiliki wewenang secara langsung untuk memberikan perintah kepada setiap bagian divisi agrowisata, dan setiap bagian divisi agrowisata memiliki wewenang secara langsung kepada setiap bawahannya untuk memberikan perintah dan tugas. Untuk masing-masing bagian manajemen diberikan wewenang untuk saling berkolaborasi antar satu bagian dengan bagian yang lain, sehingga dapat bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Namun setiap bagian manajemen ditugaskan untuk mengatur dan mengawasi bawahannya sendiri guna menjalankan tugas yang telah diberikan berdasarkan *job description*.

#### **4.1.4 Ruang Lingkup Divisi Agrowisata**

Ruang lingkup Perusahaan PT. Kusuma Satria Dinasari Wisatajaya Divisi Agrowisata adalah divisi yang bergerak dalam bidang industri pariwisata dengan mengedepankan pengembangan pertanian yang berfokus pada agrowisata melalui wisata petik. Adapun beberapa kawasan wisata petik yang disediakan oleh divisi agrowisata, diantaranya :

#### **a. Wisata Petik Kebun Apel**

Kusuma Agrowisata memiliki 4 jenis apel, yaitu apel manalagi, apel *rome beauty*, apel *johnattan Anna* dan apel *Wanglin*. Tanaman apel di Kusuma Agrowisata rata-rata ditanam tahun 1989. Namun untuk saat ini ada sebagian tanaman yang ditanam pada tahun 2001 untuk jenis apel manalagi. Syarat tumbuh tanaman apel secara umum : di dataran tinggi dengan iklim kering, suhu 16-28° C, kelembaban optimal 85%, berangin sedang.

#### **b. Wisata Petik Kebun Jeruk**

Kusuma Agrowisata memiliki empat jenis jeruk yaitu Jeruk *Valensia*, Jeruk *Jova*, Jeruk *Grovery* dan Jeruk Keprok Batu 55 (Keprok Punten). Tanaman jeruk di Kusuma Agrowisata rata-rata ditanam tahun 1990. Tanaman sulaman berasal dari Okulasi. Syarat tumbuh tanaman jeruk : memiliki iklim pertanian yang relatif kondusif, suhu minimal 19-30°C. Penyebaran pertumbuhan jeruk manis dari ketinggian 300m dpl s/d 1200m dpl. Buah dapat dipanen setelah berumur 4 tahun penanaman tahun pertama, supaya pohon lebih dewasa dahulu pertumbuhannya sebelum menghasilkan buah.

#### **c. Wisata Petik Kebun Strawberry**

Kusuma Agrowisata memiliki empat jenis strawberry yang ditanam yaitu *Zelva*, *Tri Star* dan *Sweet Charly*. Tanaman strawberry yang ditanam rata-rata setiap tahun ada pergantian tanaman baru karena tanaman strawberry ini memiliki umur yang singkat. Buah strawberry dapat dipanen setelah berumur 6 bulan penanaman tahun pertama, supaya buah yang dihasilkan lebih dewasa dahulu pertumbuhannya sebelum menghasilkan buah.

#### **d. Wisata Petik Kebun Jambu**

Kusuma Agrowisata memiliki jenis jambu yang ditanam yaitu *pink guava* / jambu merah. Tanaman dapat berbuah dan panen setelah ditanam dan berumur 2-4 tahun, jambu merah bisa berbuah sepanjang tahun tanpa mengenal musim, sehingga setelah tumbuhan itu berumur  $\pm 3$  tahun maka dapat dipanen sepanjang tahun di setiap musimnya.

#### **e. Wisata Petik Kebun Buah Naga / Dragon Fruit**

Kusuma Agrowisata memiliki satu jenis buah naga yang ditanam yaitu *Red Dragon Fruit* / buah naga merah. Tanaman buah naga yang dipanen buahnya. Tanaman dapat berbuah setelah tanaman berumur  $\pm 1$  tahun dari mulai tanam. Selanjutnya tanaman dapat dipanen setiap saat dengan dengan cara pengaturan waktu tanam. Umur tanaman dapat mencapai  $\pm 15$  tahun.

#### **4.1.5 Nilai-Nilai yang Dikembangkan Perusahaan**

Berdasarkan hasil wawancara yang saya lakukan dengan Manager Personalia Bapak Nungki Prasetyo pada saat PKL bulan Juli 2013 beliau menjelaskan tentang nilai-nilai yang dikembangkan di perusahaan. Adapun beberapa nilai yang dikembangkan di perusahaan yang dijadikan landasan utama dalam bekerja bagi seluruh karyawan adalah sebagai berikut :

- a) Nilai Kedisiplinan : Nilai kedisiplinan yang diterapkan di perusahaan ini menyangkut beberapa peraturan/norma tertulis perusahaan.

- b) Nilai Etika : Nilai etika yang diterapkan di perusahaan menyangkut kesopanan, kesantunan, keramah-tamahan, saling menghormati, saling menghargai antar sesama karyawan dan atasan.
- c) Nilai Keterbukaan : Nilai keterbukaan ini menyangkut nilai kejujuran dan saling percaya dalam segala hal.
- d) Nilai Keadilan : Nilai keadilan ini menyangkut hak dan kewajiban yang perlu didapatkan oleh pegawai dan karyawan.
- e) Nilai Kepuasan Pelanggan : Nilai kepuasan pelanggan ini diciptakan dari peningkatan kualitas pelayanan Agrowisata.

#### **4.1.5 Strategi Membangun Citra Perusahaan Melalui Pendekatan CSR**

Divisi Agrowisata atau yang sering disebut sebagai Kusuma Agrowisata adalah industri yang bergerak dalam bidang pariwisata agrowisata melalui kegiatan wisata petik buah, adapun wisata petik buah Agrowisata diantaranya yaitu petik apel, petik jeruk, petik jambu, petik strawberry dan petik buah naga. Agar Divisi Agrowisata ini bisa *survive* dalam menjalankan bisnisnya maka hal utama yang harus diupayakan adalah dengan memperkuat citra perusahaan yang kuat dimata konsumen dan masyarakat sekitar.

Berdasarkan teori, citra perusahaan saat ini merupakan salah satu keunggulan kompetitif yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan, hal ini sesuai dengan pernyataan ( Irakli, 2012 : 35) yang menyatakan bahwa citra perusahaan sebagai inti dan harta perusahaan untuk mengatasi rintangan. Oleh karena itu diperlukan berbagai cara dan strategi untuk membangun citra yang salah satunya

dapat dilakukan melalui kegiatan CSR. Hal ini sesuai dengan pernyataan Efferin 2006 dalam Efferin dan Bonnie Soeherman (2010:217) yang menyatakan bahwa jika didesain dengan baik dan betul-betul dalam memenuhi kepentingan masyarakat dan lingkungan hidup, maka CSR dapat menjadi alat ampuh (strategi) untuk membangun citra perusahaan.

Berdasarkan hal diatas maka Peneliti melakukan wawancara pada hari Selasa, 17 Desember 2013, mengenai strategi membangun citra perusahaan melalui pendekatan CSR kepada *Marketing* Agrowisata Bapak Sony. Beliau mengatakan bahwa:

*“Ya..memang ya salah satu strategi yang digunakan untuk membangun citra perusahaan adalah melalui kegiatan CSR namun pada intinya CSR itu adalah kegiatan yang wajib dilakukan oleh perusahaan dan merupakan dasar dalam membangun citra perusahaan, selain itu kami juga menggunakan strategi promosi untuk membangun citra perusahaan seperti menjadi sponsorship, sales promotion ke sekolah dan instansi-instansi”*

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara pada hari Selasa, 17 Desember 2013 mengenai awal pelaksanaan kegiatan CSR kepada *Marketing* Agrowisata Bapak Sony. Beliau mengatakan bahwa :

*“ Kami melaksanakan kegiatan CSR ini sejak awal Agrowisata ini beroperasi ya...pada tahun 1994, melalui perekrutan tenaga kerja masyarakat sekitar”*

Selanjutnya peneliti juga menanyakan mengenai kegiatan CSR yang dilakukan, wawancara ini peneliti lakukan pada hari Selasa, 17 Desember 2013 kepada *Marketing* Agrowisata Bapak Sony. Beliau mengatakan bahwa :

*“ Untuk kegiatan CSRnya, untuk lebih lengkapnya mbaknya bisa tanyakan ya ke Bapak Nungki ya mbak”*

Selain itu pada wawancara hari Selasa 17 Desember 2013, peneliti juga menanyakan hal-hal apa saja yang sudah diraih oleh perusahaan dengan adanya kegiatan CSR guna membangun citra perusahaan kepada Bapak Sony, Beliau mengatakan bahwa :

*“ Ya..banyak ya yang sudah diraih oleh perusahaan dalam menjalankan strategi CSR sebagai pembentuk citra perusahaan, kegiatan CSR ini kan dapat memberikan efek positif ya kepada masyarakat sekitar melalui kegiatan kepedulian ini, selain itu ya dapat meningkatkan hubungan baik dengan masyarakat sekitar, jadi sebenarnya ya...karena kegiatan CSR ini masih diberikan kepada masyarakat sekitar sehingga pencitraan positif ini lebih dapat memperkuat citra positif di mata masyarakat, sedangkan kalau untuk pencitraan konsumen kami lebih mengedepankan melalui strategi pemasarannya dan promosinya “*

Selain itu peneliti juga menanyakan mengenai hambatan dalam melakukan kegiatan CSR, wawancara ini peneliti lakukan dengan Bapak Sony sebagai *Marketing* pada hari Selasa 17 Desember 2013. Beliau mengatakan bahwa :

*“ emm apa ya,,mungkin kalo untuk CSR-CSR gitu itu...lebih jelasnya Pak Nungki ja ya....biar lebih mendalam penjelasannya,,,,soalnya Pak Nungki itu yang tau...”*

Selain itu peneliti juga menanyakan kepada Bapak Nungki selaku Pelaksana Humas mengenai awal Pelaksanaan kegiatan CSR yang digunakan untuk membangun citra perusahaan, wawancara ini peneliti lakukan pada hari Senin 23 Desember 2013. Beliau mengatakan bahwa :

*“ Ya Kami mulai melaksanakan program kegiatan CSR ini sejak perusahaan ini beroperasi pada tahun 1994, kegiatan CSR yang kami laksanakan pada waktu itu dengan cara merekrut karyawan dan pegawai sekitar perusahaan ”*

Selanjutnya peneliti juga menanyakan kepada Bapak Nungki selaku Pelaksana Humas mengenai bentuk kegiatan CSR yang digunakan untuk membangun citra perusahaan, wawancara ini peneliti lakukan pada hari Senin 23 Desember 2013. Beliau mengatakan bahwa :

*“Bentuk kegiatan bakti sosial yang dilakukan Agrowisata adalah perekrutan karyawan sekitar Agrowisata, bantuan terhadap bencana alam yang berupa bantuan bahan pokok makanan atau sering disebut sebagai sembako, sedangkan untuk kepedulian kepada masyarakat sekitar ini dilakukan setiap tahun yang tepatnya pada hari tertentu seperti pada hari kemerdekaan, hari raya Qurban dan hari Besar Idul Fitri. Bentuk kepedulian terhadap masyarakat sekitar yang dilaksanakan pada hari kemerdekaan ini berupa bantuan dana kegiatan perayaan hari besar kemerdekaan. Sedangkan untuk perayaan hari raya Qurban bentuk kepedulian kepada masyarakat berupa pembagian kambing. Pada saat hari raya Idul Fitri bentuk kepedulian sosialnya berupa pembagian parcel kepada masyarakat sekitar, Selain itu kami juga mengadakan bakti sosial berupa donor darah, bantuan kepada yatim piatu, bantuan dana kepada masyarakat sekitar yang mengajukan dana ke Agrowisata, pembangunan jalan daerah sekitar Agrowisata.”*

peneliti juga menanyakan kepada Bapak Nungki selaku Pelaksana Humas mengenai daerah yang mendapat bantuan kegiatan CSR, wawancara ini peneliti lakukan pada hari Senin 23 Desember 2013. Beliau mengatakan bahwa :

*Adapun daerah yang mendapat bantuan yaitu Daerah Ngaglik Abdul Gani Atas, Daerah Abdul Gani Bawah, Daerah Junggo, Pesanggrahan dan daerah sekitar Perusahaan.”*

Selain itu peneliti juga menanyakan kepada Bapak Nungki Pelaksana Humas tentang perluasan daerah yang terkena kegiatan CSR, pada hari Senin, 23 Desember 2013. Beliau mengatakan bahwa :

*“emm....untuk perluasan Daerah kami sementara belum ada ya.....kan selama ini kegiatan CSR itu kami fokus untuk Daerah-Daerah yang dimana kami punya kebun saja ya....seperti di Ngaglik, Pesanggrahan dan Junggo. Mungkin untuk kelanjutannya lebih fokus pada perluasan kegiatan sosialnya ya...”*

Peneliti juga menanyakan kepada Bapak Nungki Pelaksana Humas tentang besaran dana anggaran CSR, pada hari Senin, 23 Desember 2013. Beliau mengatakan bahwa :

*“ Dana yang kami gunakan untuk melakukan kegiatan CSR ini merupakan dana anggaran operasional perusahaan yang sudah dianggarkan dalam setiap tahun, sehingga selalu ditampilkan dalam laporan keuangan perusahaan dalam setiap tahun. Untuk anggaran CSR perusahaan pada setiap tahunnya selalu meningkat, hal ini dikarenakan kami selalu menyesuaikan dengan nilai nominal mata uang, untuk tahun 2012 itu anggarannya 100 juta, tahun 2013 kemarin itu 150 juta, untuk tahun 2014 itu sekitar 200 juta ya..”*

Selain itu peneliti juga menanyakan kepada Bapak Nungki Pelaksana Humas tentang apa saja yang sudah diraih dengan adanya kegiatan CSR, pada hari Senin, 23 Desember 2013. Beliau mengatakan bahwa :

*“emm banyak ya..seperti keamanan internal dan eksternal perusahaan, mudah dalam pengendalian internal perusahaan, hubungan yang baik dengan masyarakat sehingga terbentuk citra perusahaan yang baik dimata masyarakat ya..Erna bisa cek sendiri lah ke masyarakat bagaimana mereka memandang Agrowisata, saya juga kepengen tau hasilnya.”*

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara untuk menanyakan bentuk dokumentasi kegiatan CSR, wawancara ini peneliti sampaikan kepada Bapak Nungki, pada hari Senin, 23 Desember 2013. Beliau mengatakan bahwa :

*“ Bentuk dokumentasi yang sering kami lakukan yaitu dengan mengabadikan moment tersebut dengan berfoto bersama-sama, dan dibuat beberapa video rekaman kegiatan, tetapi sayangnya video rekamannya hanya tersedia di direksi,,,”*

#### **4.1.6 Implikasi Pelaksanaan Program CSR Divisi Agrowisata**

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada beberapa informan Salah satu dampak dengan adanya implikasi program CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan, hal ini sebagaimana pernyataan yang diungkapkan oleh Bapak Sony, hari Selasa, 17 Desember 2013. Beliau mengatakan bahwa:

*“Ya...kegiatan pelaksanaan CSR ini sangat membantu dalam membangun citra perusahaan Kusuma Agrowisata, khususnya pencitraan yang didapatkan dari masyarakat sekitar ya...selain itu ya dapat meningkatkan hubungan dengan masyarakat, mungkin lebih jelasnya dapat ditanyakan ke Pak Nungki dan bisa survei langsung ya ke lokasi”*

Untuk memperjelas peneliti melakukan wawancara kepada Bapak Nungki, pada hari Senin, 23 Desember 2013 tentang implikasi pelaksanaan program CSR guna membangun citra perusahaan. Beliau mengatakan bahwa :

*“ Ya...pastinya sangat menguntungkan dengan adanya CSR, ya ini dapat dilihat dari antusias warga dalam mengikuti setiap even yang diadakan Kusuma Agrowisata, saat menerima bantuan, dengan adanya kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan masyarakat sekitar itu lebih akrab, masyarakat sekitar itu juga ikut menjaga keamanan sekitar perusahaan, keamanan kebun yang ada di Junggo, Ngaglik dan Pesanggrahan itu yang jaga juga masyarakat sekitar, memang kita mencoba untuk take and give ya dengan masyarakat, selain itu laba perusahaan itu juga meningkat ya,,ini kan mau ada pembangunan waterboom yang dimulai pada bulan januari, ya bisa dibilang menguntungkan sekali ya...kegiatan CSR itu untuk membangun citra perusahaan, ya Erna bisa cek*

*sendiri lah ke masyarakat, coba ditanya ke daerah Ngaglik, yang dekatnya perumahan Kusuma Eastate itu yang daerah Erna kos dulu. Itu semua kan rata-rata bekerja di Agrowisata, dan sering mendapat bantuan CSR ya...nanti kan masyarakat juga bisa dimintai pendapat tentang Kusuma Agrowisata, kan saya juga perlu tau pendapat masyarakat tentang Kusuma Agrowisata kalau misalkan ada yang tanya gitu..ya silahkan di cek aja ya,,nanti bisa tau..saya juga kepingin tau hasilnya....nanti saya minta laporannya”*

Wawancara kepada masyarakat struktural dan sasaran ini peneliti lakukan guna mengetahui pendapat warga secara langsung. Wawancara ini peneliti lakukan pada hari Selasa, 23 Desember 2013 dimulai pada pukul 14:30 di Daerah Jl. Abdul Gani Bawah RT.2 RW. 14 – Ngaglik.

Informan Pak RT.2 Bapak Fatoni, hari Senin, 23 Desember 2013 pada pukul 14:30. Beliau mengatakan bahwa :

*“ Ya...jelas saya tau mbak kalau Kusuma Agrowisata, orang saya kan juga akrab dengan karyawan sana, kan banyak warga sini yang bekerja di Agro mbak, Bapak kos pean dulu Pak Jadi kan juga karyawan Agro. Dulu Agrowisata itu melakukan perekrutan besar-besaran pada awal pembukaan itu. Kan..Agrowisata juga sering mengadakan acara jalan sehat, acara lomba tujuh belasan, bagi-bagi parcel kalau lebaran, kalau Idul Adha itu sering bagi-bagi hewan Qurban ke panitia Masjid, kambing gitu mbak. Kan Agrowisata itu juga bangun jalan daerah lingkungan Agrowisata situ..tapi kalau sini gak kena mbak kan jauh. Warga yang bekerja disana ya..alhamdulillah kehidupannya jadi sejahtera ya..mbak semenjak kerja di Agro itu,karyawannya itu juga ramah mbak kalau sama warga sini, ya banyak terbantulah mbak warga sini.”*

Informan Pak RW.14 Bapak Sablah, hari Senin, 23 Desember 2013 pada pukul 15.00. Beliau mengatakan bahwa :

*“ o.....ya jelas tau mbak kalau Agrowisata orang dekat sini, kan banyak mbak warga sini yang kerja disana, yang tempat kos pean dulu Pak Jadi itu kan mantan kepala security yang sekarang kerja di perumahan Kusuma sini yang bagian ngurus, orangnya kan baik juga mbak, sama tetangga depannya kos pean dulu Mas Edi itu kan juga karyawan Agro,mbak Reny itu kan juga masih kerja di Agro, baik-baik mbak ramah kalau sama orang sini, terkadang karyawan Agro juga sering ngopi di warung saya ini.....kalau mau lebaran gitu Agro kan biasanya bagi-bagi parcel, kalau Idul Adha kan juga sering ngirim kambing ke panitia*

*Masjid sini, saya juga kadang ikut jalan sehat, lah....daerah depan kantor Agro yang bawah itu kan juga habis dibangun sama Agro mbak. Enak mbak yang sekarang orang kerja di Agro itu,,,ada kemajuan, saya juga dulu kerja di agro mbak,tapi saya keluar, saya pingin marung...saya sudah enak sekarang.”*

Informan Ibu Rohmah, Guru Ngaji TPQ Darul Muttaqin, hari Senin, 23

Desember 2013 pada pukul 15:30. Beliau mengatakan bahwa :

*“ Ya.....mbak saya tau kalau Agrowisata itu, disini kan juga banyak yang kerja di Agro itu, ini mbak Reny, Bapak kos pean dulu itu kan juga kerja di Agro, Agro itu juga sering bagi-bagi kalau Idul Fitri, kalau Idul Adha juga sering ngirim kambing ke panitia masjid mbak, kalau karyawan sini yang kerja di Agro itu ramah-ramah mbak, rata-rata warga disini juga akur ya,,tapi sedikit tertutup cuma ya ramah kalau sama orang itu ya sering nyapa,senyum gitu mbak. Dulu pas waktu buka Agro itu kan banyak ngambil karyawan dari sini juga mbak,,ya ya hubungannya dengan Agro itu baik, banyak terbantu lah mbak terutama untuk masalah perekonomian”.*

Informan Ibu Sari, Ibu rumah tangga, hari Senin, 23 Desember 2013 pada

pukul 15:42. Beliau mengatakan bahwa :

*“ Ya..mbak tau kalau Agrowisata, kan banyak orang sini yang bekerja di Agrowisata, ya..baik mbak ramah kalau sama orang itu nyapa, kan Agrowsiata juga sering ada acara bantu-bantu, bagi-bagi kambing di masjid itu kalau lebaran, sama bagi-bagi parcel gitu mbak.., ya merasa dipedulikan lah mbak dengan adanya bantuan gitu, suami saya kan juga kerja di Agro mbak, bagian BTS itu yang tempatnya paprika-paprika itu, saya dulu mantan pegawainya Agro Industri itu yang bikin sari apel. Yaaa...Alhamdulillah ya..saya merasa terbantu ya mbak...ekonominya.”*

Informan Ibu Sumiarti, Ibu rumah tangga dan pedagang, hari Senin, 23

Desember 2013 pada pukul 15:50. Beliau mengatakan bahwa :

*“Ya..tau mbak kalau Agrowisata, kan banyak se mbak orang sini yang bekerja di Agro, tetangga saya ini juga kerja di agro, baik mbak orangnya, ramah gitu kalau sama orang, Agro kan sering bantu-bantu warga sini mbak. Kalau Hari Raya Idul Adha ada kambing dari Agro di masjid itu, apalagi ya mbak..o..itu apa...sering ngasih kalau lebaran itu.senang mbak pastinya, merasa diperhatikan lah mbak kampung sini..”*

Pelaksanaan kegiatan CSR yang dilakukan sejak dimulainya operasional perusahaan pada tahun 1994 kepada masyarakat sekitar melalui perekrutan karyawan Agrowisata merupakan sebuah bukti tanggung jawab sosial. Sehingga tak heran jika Kusuma Agrowisata telah mendapat predikat baik dimata masyarakat. Hal ini dapat dilihat sebagaimana wawancara yang peneliti lakukan kepada beberapa informan masyarakat struktural dan masyarakat sasaran yang merasakan kegiatan CSR. Hal ini peneliti lakukan guna mengetahui dampak implikasi pelaksanaan kegiatan CSR pada masyarakat struktural dan masyarakat sasaran

Informan Pak RT.2 Bapak Fatoni, hari Senin, 23 Desember 2013 pada pukul 14:33. Beliau mengatakan bahwa :

*“ Ya..menurut saya perusahaan Agrowisata itu baik mbak, apalagi sering bantu-bantu warga sini.”*

Informan Pak RW.14 Bapak Sablah, hari Senin, 23 Desember 2013 pada pukul 15.08. Beliau mengatakan bahwa :

*“ Ya.....kalau menurut saya Agrowisata itu perusahaan yang bagus ya mbak..kan peduli gitu sama masyarakat, sering ngasih-ngasih juga.”*

Informan Ibu Rohmah, Guru Ngaji TPQ Darul Muttaqin, hari Senin, 23 Desember 2013 pada pukul 15:33. Beliau mengatakan bahwa :

*“Ya...Agrowisata itu baik ya mbak, peduli gitu dengan masyarakat setempat, masyarakat sekitar, kadang kalau ada acara tujuh belasan gitu ada jalan sehat, ada hadiahnya gratis jadi kan seneng mbak.”*

Informan Ibu Sari, Ibu rumah tangga, hari Senin, 23 Desember 2013 pada pukul 15:42. Beliau mengatakan bahwa :

*“ Ya...baik ya mbak kalau Agrowisata, bagus gitu mbak, kesejahteraan karyawan itu lo juga diperhatikan....mbak, , kalau untuk perusahaannya itu memang bagus, dulu waktu saya kerja disana itu kalo lebaran juga dapat parcel.”*

Informan Ibu Sumiarti, Ibu rumah tangga dan pedagang, hari Senin, 23

Desember 2013 pada pukul 15:52. Beliau mengatakan bahwa :

*“ Ya ....baik mbak kalau Agrowisata itu, peduli gitu sama masyarakat, suka bantu-bantu...jadi merasa terbantu gitu mbak”.*

Selain itu peneliti juga menanyakan tentang harapan masyarakat struktural dan masyarakat sasaran yang terkena dampak kegiatan CSR perusahaan. Hal ini peneliti lakukan guna mengetahui harapan masyarakat yang nantinya akan dijadikan sebagai rujukan dan saran untuk keberlanjutan kesuksesan perusahaan. Berikut wawancara yang peneliti lakukan dengan informan.

Informan Pak RT.2 Bapak Fatoni, hari Senin, 23 Desember 2013 pada pukul 14:37. Beliau mengatakan bahwa :

*“ ya..harapannya Agrowisata bisa makin sukses lah mbak..biar nanti ambil karyawan dari sini lagi, jadi masyarakat itu bisa makin terbantu ekonominya, kesejahteraannya, kita juga merasa terbantu dengan adanya Agrowisata yang sering bantu-bantu, jadi warga ini merasa diperhatikan.”*

Informan Pak RW.14 Bapak Sablah, hari Senin, 23 Desember 2013 pada pukul 15.10. Beliau mengatakan bahwa :

*“ Ya..harapannya kedepan Agrowisata itu makin sukses ya mbak, biar nanti masyarakat juga terbantu kesejahteraannya, makin sering bantu-bantu, peduli dengan masyarakat terutama masyarakat yang tidak mampu, ya gitu mbak.”*

Informan Ibu Rohmah, Guru Ngaji TPQ Darul Muttaqin, hari Senin, 23

Desember 2013 pada pukul 15:33. Beliau mengatakan bahwa :

*“ Ya...saya berharap ya biar tetap maju ya mbak pariwisatanya, biar nanti kita juga ikut sejahtera juga,,apalagi ya mbak,,ya itu lah mbak, biar sukses.”*

Informan Ibu Sari, Ibu rumah tangga, hari Senin, 23 Desember 2013 pada pukul 15:45. Beliau mengatakan bahwa :

*“ Ya...saya berharap semoga sukses, lancar usahanya kan nanti masyarakat sini juga ikut terbantu. Ya itu aja mbak.”*

Informan Ibu Sumiarti, Ibu rumah tangga dan pedagang, hari Senin, 23 Desember 2013 pada pukul 15:53. Beliau mengatakan bahwa :

*“ Ya..makin maju mbak..biar masyarakat kita juga makin terbantu..sudah mbak itu aja.”*

#### **4.2 Pembahasan Data Hasil Penelitian**

Dari hasil pemaparan wawancara serta pengamatan yang peneliti lakukan dapat diambil kesimpulan bahwa hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Indra Jatmiko, 2011 dengan judul “ Kajian Citra Perusahaan Melalui Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Bank X “. Penelitian ini dilakukan guna mengidentifikasi program CSR pada objek penelitian serta melihat dimensi citra manakah yang paling berpengaruh dalam meningkatkan citra bank X. Penelitian ini dilakukan secara acak (*Simple random Sampling*) dengan menggunakan sample sebanyak 30 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, skala likert dan analisis faktor. Sehingga dari hasil penelitian tersebut didapatkan bahwa program CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dilakukan oleh Bank X dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Berdasarkan hasil analisis faktor , faktor yang

paling berpengaruh yaitu dimensi *Successful* sebesar 90,4 %, *Business Wise* 89,1 %, *Character* 89%, *Cooperative* 73,2 %, *With drawn* 70,4 %, dan *Dynamic* 67,24%.

Febrina Permata Putri, 2012 dengan judul “Implementasi CSR ( *Corporate Social Responsibility*) Dalam Mempertahankan Citra (Studi Deskriptif Kualitatif di PT. Angkasa Pura 1 Adisutjipto Yogyakarta pada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan). Tujuan dari penelitian yaitu guna mengetahui implementasi program CSR yang dilaksanakan di PT. Angkasa Pura 1 Yogyakarta melalui PKBL sebagai salah satu upaya untuk mempertahankan citra perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan metode analisis interaktif, teknik keabsahan data dengan menggunakan metode Triangulasi sumber yaitu menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lain) yang tersedia. Sehingga hasil penelitian menyebutkan bahwa program implementasi PKBL berdampak positif dan juga efektif dalam mempertahankan citra positif PT. Angkasa Pura 1 Adisutjipto Yogyakarta.

Penelitian **Strategi Membangun Citra Perusahaan Melalui Pendekatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Studi pada PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisatajaya Kota Batu)** ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengkaji strategi membangun citra perusahaan melalui pendekatan CSR studi pada PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisatajaya Kota Batu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hasil penelitian diketahui bahwa strategi membangun citra perusahaan melalui pendekatan CSR studi pada PT. Kusuma

Satria Dinasasri Wisatajaya Kota Batu adalah melalui kegiatan even-even dan bersifat periodik, even-even yang biasa kami lakukan yaitu pada saat Hari Besar Nasional, Hari Raya Idul Adha dan Hari Raya Idul Fitri. Adapun pada saat Hari Besar Nasional kami sering mengadakan kegiatan jalan sehat dengan masyarakat sekitar dan membagikan hadiah berupa kupon undian, Hari raya Idul Adha kami membagikan kambing ke daerah sekitar Agrowisata terutama Daerah Junggo, Ngaglik dan Pesanggrahan, Idul Fitri berupa parcel lebaran yang berisi sembako. Selain itu kami juga mengadakan bakti sosial berupa kegiatan donor darah yang diikuti oleh seluruh pegawai Divisi Agrowisata, Kunjungan Ke Panti Asuhan dengan membagikan sumbangan berupa beras dan paket minuman Siiplah, Kepada masyarakat sekitar yang tidak mampu dan janda berupa bantuan secara langsung sembako, pemberdayaan ekonomi sekitar melalui perekrutan tenaga kerja baru dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

Divisi Agrowisata melaksanakan kegiatan CSR ini sejak pertama kali pihak manajemen Divisi Agrowisata yaitu pada tahun 1994 yang kami mulai dengan melakukan perekrutan karyawan besar-besaran pada masyarakat sekitar. Itulah hal awal yang dilakukan oleh Divisi Agrowisata dalam memberdayakan kesejahteraan masyarakat. Divisi Agrowisata sudah menetapkan anggaran dana CSR setiap tahun itu sebagai anggaran dana operasional perusahaan, sehingga dilaporkan setiap tahun dalam laporan keuangan perusahaan. Adapun anggaran untuk kegiatan CSR pada tahun 2012;100 juta, tahun 2013;150 juta, tahun 2014;200 juta. Peningkatan dana anggaran CSR ini disesuaikan dengan kenaikan nilai mata uang rupiah. Ada beberapa keuntungan yang dapat diperoleh Divisi

Agrowisata dengan diadakannya kegiatan CSR yaitu keamanan internal dan eksternal perusahaan, mudah dalam pengendalian internal perusahaan, hubungan yang baik dengan masyarakat sehingga terbentuk citra perusahaan yang baik dimata masyarakat. Pada saat kegiatan CSR berlangsung pihak manajemen Divisi Agrowisata terutama bagian pelaksana humas menyimpan arsip file kegiatan dalam bentuk dokumentasi yang berupa foto dan rekaman, yang dijadikan arsip kegiatan CSR dan dilaporkan pada setiap tutup buku.

Dari hasil paparan Agrowisata Bapak Sony mengenai strategi membangun citra perusahaan melalui pendekatan CSR (studi pada PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisatajaya Kota Batu) serta Pak Nungki mengenai pelaksanaan kegiatan CSR apabila dihubungkan dengan tahap adopsi CSR Robbins dan Coulter (2003: 123) dalam Ismail Solihin (2008:9-10) menggambarkan perkembangan CSR Kusuma Agrowisata sudah mencapai pada adopsi CSR tahap ketiga yaitu masyarakat sekitar. Tahap adopsi pertama dilakukan pada para pemegang saham dan manajemen, sedangkan pada tahap kedua dilakukan pada karyawan Kusuma Agrowisata. Adapun jenis kegiatan program CSR yang dilakukan disetiap tahap itu berbeda, terutama kepada para pemegang saham dan manajemen, tetapi sayangnya bentuk kegiatan CSR kepada para pemegang saham dan pihak manajemen ini tidak dapat diungkapkan kepada khalayak umum karena bersifat rahasia. Sedangkan tahap adopsi CSR yang dilakukan kepada karyawan itu berupa parcel pada saat lebaran dan melibatkan karyawan dalam kegiatan bakti sosial perusahaan.

Selain itu dari hasil pengamatan dan analisis data hasil wawancara dan survei yang dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa motif kegiatan CSR yang dilakukan Kusuma Agrowisata apabila dihubungkan dengan teori Archied B. Carrol *dalam* Suharto (2007:104) mengenai motif CSR jika dikaitkan dengan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan sebagaimana dijelaskan oleh para informan diatas bahwa perusahaan Kusuma Agrowisata telah menjalankan salah satu prinsip *Triple Bottom Lines* yaitu *People*. *People* diartikan sebagai perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia, dan kesejahteraan manusia yang dilakukan Kusuma Agrowisata terhadap masyarakat sekitar itu melalui kegiatan CSR dengan cara perekrutan karyawan sehingga dapat mensejahterahkan dan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. *Profit* dalam hal ini dimaksudkan sebagai perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang. Berdasarkan penggolongan perusahaan tersebut, peneliti mengamati bahwa apabila dihubungkan dengan motif CSR maka sesuai dengan teori Archied B. Carrol *dalam* Suharto (2007:104) mengatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *triple bottom lines*, yang salah satunya yaitu *profit*. *Profit* dalam hal ini dimaksudkan sebagai perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.

Selain itu dalam pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, banyak penduduk sekitar yang berjualan di depan lobby hotel dan pintu masuk pariwisata

Kusuma Agrowisata, sehingga hal ini dapat diartikan bahwa dengan adanya industri pariwisata Kusuma Agrowisata dapat membuka peluang usaha bagi masyarakat sekitar dan dapat mensejahterahkan perekonomian masyarakat.

Secara lebih teoritis dan sistematis, konsep piramida tanggung jawab sosial perusahaan memberi justifikasi bahwa sebuah perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab ekonomis, melainkan tanggung jawab legal, etis dan filantropis. Adapun bentuk tanggung jawab legal, etis dan filantropis yang dilakukan oleh perusahaan Kusuma Agrowisata diantaranya :

1. Tanggung jawab ekonomis

Motif utama perusahaan adalah menghasilkan laba. Laba adalah fondasi perusahaan. Perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus hidup (*survive*) dan berkembang. Tanggung jawab ekonomis ini berupa kegiatan usaha yang dilakukan oleh Kusuma Agrowisata dalam meraih keuntungan, sehingga Kusuma Agrowisata selalu berusaha untuk mengembangkan dan memperluas bidang usahanya terutama untuk menanggulangi kebosanan pelanggan. Hal ini dilakukan Kusuma Agrowisata dengan cara membuka wahana baru yaitu *waterboom* yang akan segera dibangun pada Januari 2014. Selain itu juga menyediakan wahana outbond baru dengan cara menyediakan fasilitas permainan menguji adrenalin berupa KOMODO.

2. Tanggung jawab legal

Perusahaan harus taat hukum. Dalam proses mencari laba, perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang telah

ditetapkan pemerintah. Tanggung jawab legal ini berupa surat perijinan usaha yang meliputi SITU, SIUP, HO dan surat perijinan lain yang hal ini menjadi rahasia perusahaan.

### 3. Tanggung jawab etis

Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang baik, benar, adil, dan *fair*. Norma-norma masyarakat perlu menjadi rujukan bagi perilaku organisasi perusahaan. Kata Kuncinya *be ethical*. Dalam hal ini perusahaan memiliki beberapa kebijakan dan norma yang perlu dipatuhi oleh seluruh karyawan Kusuma Agrowisata.

### 4. Tanggung jawab filantropis

Selain perusahaan harus memperoleh laba, taat hukum dan berperilaku etis, perusahaan dituntut agar dapat memberi kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Kata kuncinya : *be a good citizen*. Para pemilik dan pegawai yang bekerja di perusahaan memiliki tanggung jawab ganda, yakni kepada perusahaan dan kepada publik yang kini dikenal dengan istilah *nonfiduciary responsibility*. Tanggung jawab filantrophis ini dilakukan perusahaan melalui kegiatan bakti sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagaimana telah peneliti jelaskan diatas.

Selain itu peneliti juga mengamati model kegiatan CSR yang dilakukan Kusuma Agrowisata, apabila dihubungkan dengan teori model kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) menurut Saidi dan Abidin (2004:64-65) dalam Suharto (2007:106-109) model pola tanggung jawab sosial perusahaan yang

diterapkan Kusuma Agrowisata tergolong dalam pola tanggung jawab sosial yang berupa:

1. Keterlibatan langsung

Perusahaan Kusuma Agrowisata menjalankan program tanggung jawab sosial perusahaan secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Hal ini berupa kegiatan bantuan parcel, bantuan pemberian hewan Qur'ban, jalan sehat, undian berbagi pada saat lomba hari kemerdekaan.

2. Bermitra dengan pihak lain

Perusahaan menyelenggarakan tanggung jawab sosial perusahaan melalui kerjasama dengan lembaga sosial atau organisasi non-peerintah (Ornop). Instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola lembaga dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya. hal ini dilakukan Kusuma Agrowisata bermitra dengan Panti Asuhan dan PMI Kota Batu untuk melaksanakan kegiatan sosialnya.

Berdasarkan beberapa program CSR yang dilakukan Kusuma Agrowisata apabila dihubungkan dengan kategori program CSR menurut Kotler dan Lee (2006) dalam Ismail Solihin (2008:131) termasuk dalam kategori program CSR *Corporate Philanthropy, Community Volunteering, Socially responsible Business Practice ( Community Development)*. Kesesuaian ini dapat dilihat sebagaimana tabel di bawah ini.

**Tabel 4.2**  
**Kategori Program CSR Agrowisata**

No	Kategori	Jenis program Kegiatan
1	<i>Corporate Philanthropy</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bantuan dan sumbangan ke panti Asuhan</li> <li>• Hibah berupa bantuan pembangunan jalan kepada masyarakat sekitar agrowisata, terutama kawasan Ngaglik (Daerah sekitar Agrowisata), hibah berupa bantuan hewan Qurban.</li> <li>• Pemberian paket sembako/parcel pada saat Idul Fitri</li> </ul>
2	<i>Community Volunteering</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melalui kegiatan donor darah yang dilakukan oleh para karyawan dan pegawai untuk kegiatan sosial masyarakat</li> </ul>
3	<i>Socially responsible Business Practice ( Community Development)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melalui pengembangan perbaikan kualitas buah dengan cara meminimalisir penggunaan insektisida untuk buah, dan bebas insektisida untuk sayuran (sayuran organik)</li> </ul>

**Sumber : Diolah**

Dalam pandangan islam juga dibahas mengenai program CSR, menurut pendapat Djakfar (2012:220) program CSR merupakan salah satu wujud perbuatan ihsan yang bertujuan untuk membantu orang lain. Dalam islam, ihsan dimaknai sebagai perbuatan terpuji (bajik), sekalipun karena sesuatu hal orang itu belum pernah berbuat baik pada pelaku ihsan. Oleh sebab itu perusahaan bisa melakukan CSR tanpa menunggu partisipasi masyarakat. Terlebih lagi jika masyarakat sudah terlebih dahulu banyak berpartisipasi sebagai *stakeholder*, maka CSR itu dengan sendirinya merupakan sebuah keniscayaan yang seharusnya dilakukan. Inilah sebenarnya yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam agar

terjadi saling tolong-menolong (*ta'awun-takaful*) antara satu pihak dengan pihak yang lain dalam urusan kebaikan.

Selain itu menurut Djakfar (2012:221), program CSR juga merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam islam. Allah adalah Pemilik Mutlak (*haqiqiyah*), sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah. Menurut Ahmad (2001:58) dalam Djakfar (2012:225) menyatakan bahwa Allah sebagai Pemilik Mutlak memberikan mandat kepada manusia untuk menjadi khalifah-Nya dan penerima karunia-Nya. Manusia didorong untuk mencari rezeki, tetapi tanpa mengabaikan kepentingan akhirat. Selain itu, ia didorong untuk berbuat ihsan (baik) dan dilarang membuat kerusakan di muka bumi, sebagaimana firman-Nya dalam QS. Al-Qashash, 28:77 :

وَأَبْتَعِ فِي مِمَّا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ  
 كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ  
 الْمُفْسِدِينَ

77. Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.

Dari penjelasan mengenai ayat diatas, dikutip dari Djakfar (2012:226) Islam sangat menekankan ajaran filantropi untuk memberi ruang dan kesempatan kepada seorang Muslim yang berlebihan berbagi rasa dengan orang lain. Betapa besar kepedulian Islam terhadap orang-orang yang sepatutnya dibantu (*mustad'afin*), sebagaimana Faidlul Qadir (Juz V:520) dalam Djakfar (2012:226)

sabda Rasulullah SAW: “ *Tidaklah beriman kepadaku, orang yang tidur kekeangan di malam hari, sementara tetangganya sedang ditimpa kelaparan padahal ia tahu*”. Substansi ajaran ini mengingatkan kepada umat Islam agar mempunyai kepekaan terhadap orang lain, karena hal itu merupakan kadar iman seseorang terhadap Tuhannya selaku Pemilik Mutlak alam semesta beserta isinya. Bukankah ajaran filantropi seperti ini secara substansial bisa diimplementasikan melalui sebuah institusi bisnis yang antara lain dalam bentuk CSR.

Dalam pandangan islam, dikutip dalam Djakfar (2012:228) ada ajaran filantropi yang berupa zakat, infak, sedekah, wakaf dan lain sebagainya. Menurut Muhammad Syafii Antonio (2008) dalam Djakfar (2012:229), zakat ibarat raksasa yang tengah tidur. Potensi zakat besar namun belum tergarap dengan baik. Padahal kalau diberdayakan, zakat potensial untuk membantu pengentasan kemiskinan. Menurut Djakfar (2012:23) agar ajaran filantropi itu benar-benar bisa terwujud dengan sendirinya akan sangat tergantung kepada kemampuan pengelola perusahaan untuk memberikan motivasi seluruh karyawannya agar mempunyai kepedulian kepada orang lain. Dalam hubungan ini, al-Qur'an memotivasi agar umat islam mau menginfakkan sebagian hartanya untuk orang lain, sebagaimana firman-Nya dalam Qs. Al-Baqarah, 2:245.

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضْعِفُهُ لَهُ أَمْعَافًا كَثِيرًا وَاللَّهُ

يَقْبِضُ وَيَبْضُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ ﴿٢٤٥﴾

245. Siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah, pinjaman yang baik (menafkahkan hartanya di jalan Allah), maka Allah akan meperlipat gandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak. Dan Allah menyempitkan dan melapangkan (rezki) dan kepada-Nya-lah kamu dikembalikan.

Selain itu dasar hukum pemberian menurut Hendi Suhendi (2011:212) juga terdapat dalam QS. Al-Maidah:2 yang menganjurkan penganutnya untuk berbuat baik dengan cara tolong-menolong dan salah bentuk tolong-menolong adalah memberikan harta kepada orang lain yang betul-betul membutuhkan.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ

Artinya : “.....dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa.....”

Berdasarkan hasil paparan wawancara mengenai dampak positif implikasi pelaksanaan CSR maka dari hasil wawancara dengan masyarakat struktural dan masyarakat sasaran serta pengamatan dapat disimpulkan bahwa implikasi pelaksanaan CSR memang berdampak positif pada Pencitraan perusahaan. Dengan adanya pencitraan positif maka ada beberapa beberapa tujuan yang telah dicapai oleh perusahaan, diantaranya :

1. Keamanan internal yang meningkat, diikuti dengan keamanan Agrowisata yang masyarakat ikut menjaga di sekitar lingkungan Agro.
2. Peningkatan citra atau *image* yang baik dimata masyarakat sekitar.
3. Keamanan kawasan kebun terjaga, sehingga aman dari pencurian.
4. Peningkatan kualitas hubungan antara perusahaan dengan masyarakat sekitar, sehingga dapat menciptakan reputasi perusahaan.
5. Kesejahteraan perekonomian masyarakat meningkat

6. Hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat terjaga, Citra positif perusahaan di mata masyarakat meningkat, karena masyarakat merasa diperhatikan dan dipedulikan.
7. Menciptakan peluang kerja baru bagi masyarakat
8. Meminimalisir isu negatif perusahaan

Selain itu dalam pandangan islam dijelaskan oleh Al-Ba'ly (2006 :126) mengenai pengaruh zakat dalam permintaan ekonomis dalam sektor produksi akan menyebabkan bertambahnya produktivitas, sehingga perusahaan-perusahaan yang telah ada semakin bergerak maju, bahkan memunculkan berdirinya perusahaan-perusahaan baru untuk menghadapi permintaan tersebut.

Dalam hal ini Al-Ba'ly (2006:27) menyatakan bahwa zakat merupakan tambahan dan pengembangan harta karena zakat mengembangkan dan menambah harta tersebut. Zakat adalah pengembangan, pembersih dan berkah bagi manusia. Dikatakan bahwa tanaman dianggap berkembang jika terlihat segar. Harta akan berkembang jika diberkati oleh Allah Swt. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Taubah 9:103.

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ

سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٠٣﴾

103. Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan<sup>[658]</sup> dan mensucikan<sup>[659]</sup> mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.

Berdasarkan pendapat Al-Ba'ly, sebagaimana di atas dapat diambil kesimpulan bahwa, zakat merupakan salah satu bentuk CSR yang dilakukan oleh perusahaan, dengan adanya kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan telah

mendapatkan kebarokahan dari zakat atau sedekah yang dilakukan sehingga perusahaan dapat terus berkembang, hal ini dapat dilihat sebagaimana beberapa tujuan yang sudah dicapai perusahaan.

Dari beberapa keuntungan yang didapatkan masyarakat struktural dan masyarakat sasaran yang terkena dampak kegiatan pelaksanaan CSR perusahaan, hal ini sesuai dengan kutipan dalam jurnal manajemen usahawan Indonesia (2011) mengenai manfaat CSR terhadap perusahaan diantaranya :

1. *Brand differentiation*

Dalam persaingan pasar yang kian kompetitif, CSR bisa memberikan citra perusahaan yang khas, baik, dan etis di mata publik yang pada gilirannya menciptakan *customer loyalty*.

2. *Human resources*

Program CSR dapat membantu dalam perekrutan karyawan baru, terutama yang memiliki kualifikasi tinggi. Saat wawancara, calon karyawan yang memiliki pendidikan dan pengalaman tinggi sering bertanya tentang CSR dan etika bisnis perusahaan sebelum mereka memutuskan menerima tawaran. Bagi staf lama, CSR juga dapat meningkatkan persepsi, reputasi dan dedikasi dalam bekerja.

Dalam konteks islam juga dibahas mengenai hikmah pemberian, sebagaimana menurut pendapat Hendi (2011:218) mengatakan saling membantu dengan cara memberi, baik berbentuk hibah, shadaqah, maupun hadiah dianjurkan

oleh Allah dan Rasul-Nya. Hikmah atau manfaat disyariatkannya hibah adalah sebagai berikut :

1. Memberi atau hibah dapat menghilangkan penyakit dengki, yakni penyakit yang terdapat dalam hati dan dapat merusak nilai-nilai keimanan. Hibah dilakukan sebagai penawar racun hati, yaitu dengki. Sebuah hadis yang diriwayatkan Imam Bukhari dan Tirmidzi dari Abi Hurairah r.a Nabi Saw. Bersabda yang artinya “ *Beri-memberilah kamu, karena pemberian dapat menghilangkan sakit hati (dengki).*”
2. Pemberian atau hibah dapat mendatangkan rasa saling mengasihi, dan menyayangi. Abu Ya’lah telah meriwayatkan sebuah hadis dari Abu Hurairah bahwa bahwa Nabi Saw. Bersabda yang artinya “ *Saling member hadiahlah kamu, niscaya kamu akan saling mencintai.*”
3. Hadiah atau pemberian dapat menghilangkan rasa dendam, dalam sebuah hadis dari Anas r.a Rasulullah Saw. Bersabda yang artinya “ *Saling memberi hadiahlah kamu, karena sesungguhnya hadiah itu dapat mencabut rasa dendam.*”

Selain itu Al-Ba’ly (2006:134) berpendapat bahwa zakat memiliki pengaruh yang kuat dalam mewujudkan keseimbangan sosial yang diantaranya :

1. Zakat memperbaiki perasaan-perasaan yang buruk timbul di antara orang-orang yang kaya dan miskin, dan memperbaiki hubungan antara mereka yang mengeluarkan zakat dengan kelompok-kelompok yang menerima zakat, sehingga ketika mengalami kerugian dan kendala

dalam berdagang, karena mereka akan mendapatkan bantuan dari yang lain.

2. Zakat memperkuat keikhlasan jiwa dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada kelompok-kelompok. Dengan keikhlasan dan saling memahami akan terjadi kerjasama sosial yang pertambahan penduduk tidak akan menjadi beban.

