

Mengukur Kepuasan Masyarakat Pada Program CSR di Desa Kertajaya

Sebuah Analisis Menggunakan Metode Sustainability Compass

Wahyu Eko Widodo
PT Pertamina (Persero) TBBM Bandung
Email: wahyu.eko@sbm-itb.ac.id

Sri Noor Cholidah
PT Pertamina (Persero) TBBM Bandung

Anis Putri Isnaeni
PT Pertamina (Persero) TBBM Bandung

Kamto Tri Wibowo
PT Pertamina (Persero) TBBM Bandung

Erick Abriandi
PT Pertamina (Persero) TBBM Bandung

Abstract

Kertajaya Village has a high unemployment problem. But the potential for growth is quite large because it is in the Ring I area of Pertamina (Persero) Bandung. Correct if the corporate social responsibility program called Kertajaya Creative Destination becomes a priority agenda. This programs must run well. Laterally with the main objectives of the Sustainability Development Goals (SDGs). This paper also describes the CSR program that has been consecutively in Kertajaya Village. The steps taken in unraveling the success of CSR programs through the analysis of the community satisfaction index. This paper finds that CSR programs that are running are considered positive by the community. Shown by the survey conducted for 18 beneficiaries had a final score of 3.48. This assessment is included in the "very good" category. This valuation is applied to 8 programs that have been successively, including the bag craftsmen group, the Eco-Blinder artisans' group, West Bandung creative economy forum, *Balai Seni Barli* (BSB) tourism, Kertajaya youth clubs (*karang taruna*), Kertajaya culinary producers, Turban groups, and Masebajaya groups. After being analyzed using the sustainability compass method, there are two groups that need to be improved by the program, namely the Turban



and Masebajaya groups. The sustainability compass method is used as an offer to stakeholders to follow up on the input generated from this paper. The main schemes studied are nature, economy, society, and well-being. As a dialectically, the main purpose of this paper is not as a discourse but rather a blue print of policy changes.

Keywords: kertajaya creative destination; community empowerment program; community satisfaction index; sustainability compass.

Abstrak

Desa Kertajaya memiliki masalah pengangguran cukup tinggi. Namun potensi untuk berkembang cukup besar karena ada di wilayah Ring I PT. Pertamina (Persero) TBBM Bandung. Tepat jika program CSR bernama Kertajaya Creative Destination menjadi agenda prioritas. Program CSR harus berjalan dengan baik. Seiring dengan tujuan utama sasaran Sustainability Development Goals (SDGs). Paper ini juga mengurai program CSR yang sudah berjalan di Desa Kertajaya. Langkah yang ditempuh dalam mengurai keberhasilan program CSR melalui analisis indeks kepuasan masyarakat. Tulisan ini menemukan program CSR yang berjalan dinilai positif oleh masyarakat. Terbukti dengan survei yang dilakukan kepada 18 orang penerima manfaat memiliki skor akhir 3.48. Nilai ini masuk ke dalam kategori "sangat baik". Penilaian ini diberlakukan kepada 8 program yang sudah berjalan, antara lain kelompok pengrajin tas, kelompok pengrajin Eco-Blinder, forum ekonomi kreatif Bandung Barat, wisata Balai Seni Barli (BSB), karang taruna Kertajaya, Produsen kuliner Kertajaya, kelompok Turban, dan kelompok Masebajaya. Setelah dianalisis menggunakan metode *sustainability compass*, ada dua kelompok yang perlu ditingkatkan program, yaitu kelompok Turban dan Masebajaya. Metode *sustainability compass* digunakan sebagai tawaran kepada stakeholder untuk menindaklanjuti masukan yang dihasilkan dari tulisan ini. Dengan skema utama yang dikaji adalah *nature*, *economy*, *society*, dan *well-being*. Secara dealektis, tujuan utama paper ini bukan sebagai diskursus tapi lebih tepat menjadi catatan *blue print* perubahan kebijakan.

Kata kunci: kertajaya creative destination; pemberdayaan masyarakat; indeks kepuasan masyarakat; kompas keberlanjutan.

Pendahuluan

Indonesia memiliki kategori wilayah pedesaan dan perkotaan. Pembagian kategori wilayah dapat dilihat dari kepadatan penduduk, prosentase rumah tangga tani, dan keberadaan fasilitas kota yang cenderung lebih maju dibandingkan desa.¹ Dengan kriteria ini memudahkan pemerintah mengeluarkan kebijakan pembangunan dipedesaan dan diperkotaan. Kebijakan pembangunan di kota maupun di desa, pemerintah lebih mengutamakan pengentasan kemiskinan. Dinamika kemiskinan masih

¹ Hasan Basri, "Perubahan Sosial Masyarakat Suku Anak Dalam [Studi Kasus Intervensi Pemerintah Melalui Program PKSMT di Pemukiman Bukit Tembesu Desa Jebak Kecamatan Muara Tembesi Kabupaten Batang Hari]" (Universitas Indonesia, 2015).

menjadi momok bangsa Indonesia.² Angka kemiskinan yang relatif tinggi, Indonesia masih belum berpindah dari zona *developing countries*. Menurut data BPS, September 2017 jumlah penduduk miskin di Indonesia sebesar 26,58 juta dengan pembagian 10,27 juta di wilayah perkotaan dan 16,31 juta di wilayah pedesaan. Jumlah penduduk miskin pedesaan terbanyak berada di Pulau Jawa dengan pembagian sebesar 7,17 juta penduduk.³

Jawa, sebagai pulau dengan penduduk padat dan menjamur kawasan pabrik, harusnya tidak menjadi daerah yang jumlah kemiskinan paling banyak. Apalagi kebijakan negara telah mengakomodir perusahaan agar mampu menjalankan program tanggungjawab sosial. Istilah lain disebut dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Kebijakan CSR tertuang dalam Undang-Undang no. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas; *perusahaan berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial/Corporate Social Responsibility (CSR) dan lingkungan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran*. Peraturan lainnya adalah Keputusan Menteri BUMN per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL). Hal senada diungkapkan Petkoski, “*perusahaan harus memiliki komitmen bekerjasama dengan semua stakeholder yang berhubungan dengan masyarakat di sekitar lokasi perusahaan dengan tujuan untuk memberikan kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan atau yang biasa dikenal dengan istilah sustainability development.*”⁴

Kontribusi swasta untuk membangun bangsa sangat berarti bagi kehidupan masyarakat. Dinamika pembangunan menyebabkan skema distribusi tanggungjawab kesejahteraan telah berubah. Bermula dari *single actor* menjadi *multi actor*. Negara tidak lagi menjadi aktor tunggal untuk menyelesaikan masalah kesejahteraan. Melalui kebijakan CSR bagi sektor swasta telah mampu menyelesaikan berbagai masalah sosial.⁵ Aktor potensial

² “Peraturan Kepala Badan Pusat Statistik Nomor 37 Tahun 2010 Tentang Klasifikasi Perkotaan dan Pedesaan di Indonesia,” Pub. L. No. Nomor 37 Tahun 2010 (n.d.).

³ “Profil Kemiskinan di Indonesia September 2017” (Indonesia, 2018).

⁴ Djordjija Petkoski dan Twose Nigel, *Public Policy For Corporate Social Responsibility*, 2003.

⁵ Ratih Probosiwi, “Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (Corporate Social Responsibility in Public Welfare Enhancement),” *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 13, no. 2 (2005): 30–40.

yang berperan dalam kesejahteraan adalah pihak swasta. Kehadiran swasta berperan aktif dalam menyelesaikan masalah sosial yang kerap menjadi momok bagi kemajuan bangsa. Program CSR menjadi andalan jitu setiap perusahaan dalam mengurai akar masalah sosial. Kontribusi perusahaan yang paling ampuh mengurai masalah sosial adalah mengurangi angka kemiskinan. Menurut Untung, perjuangan masyarakat menuju kebebasan (*free society*) perlu melibatkan peran aktif dunia usaha. Peran ini sebagai tindakan nyata pengentasan kemiskinan melalui partisipasi aktif masyarakat. Dengan partisipasi masyarakat dapat menjadi sebuah program pemberdayaan.⁶

Program pemberdayaan masyarakat melalui CSR, tahun 2015 dana CSR yang terkumpul dari 700 perusahaan baik BUMN maupun swasta sebesar 12 Triliun.⁷ Namun dengan dana yang cukup fantastis tidak berbanding lurus dengan keberhasilan program.⁸ Ada banyak program yang dijalankan namun tidak berjalan dengan baik atau dapat disebut “mati suri”. Kondisi ini menjadi keperhatian kita sebagai warga negara.

Program CSR yang tidak berjalan misal di Pertamina Jambi Merang melakukan program pemberdayaan di wilayah desa binaan dengan bentuk program kerajinan sulam, penanaman tanaman obat keluarga dan songket. Program ini diinisiasi sejak 2012 dan bekerjasama dengan LSM Pilar Nusantara sebagai pendamping lapangan. Di tahun 2015, program sulam dan program tanaman obat keluarga tidak berkembang. Selain itu, CSR PT. Semen Gresik pabrik Tuban sejak 2012. Program CSR berjalan di 26 desa dengan cakupan 3 kecamatan sekitar kawasan perusahaan.

Dari dua modal CSR perusahaan BUMN yang sudah berjalan kurang maksimal. Padahal dana yang telah dikeluarkan sebanyak 6,5 Miliar. Dana besar dipergunakan untuk berbagai program seperti *charity*, *infrastructure*, *capacity building* dan *empowerment*. Program *empowerment* yang dijalankan

⁶ Untung Hendrik, *Corporate Social Responsibility* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009).

⁷ “Pelatihan Corporate Fundraising Based on Iso 26000,” n.d.

⁸ Beti Nur Hayati, “Kemitraan Program Corporate Social Responsibility PT. Semen Gresik Pabrik Tuban (Pseudo Partnership Batik Cap Warna Alami)” (Universitas Gadjah Mada, 2018).

berbentuk pemberdayaan petani *greenbelt*, Desa Perkasa, dan komunitas pengrajin batik. Semua program ini tidak berjalan sesuai harapan.

Melihat kasus CSR yang kurang maksimal, PT. Pertamina (Persero) Terminal BMM Bandung Group telah melakukan langkah berbeda. Program yang dirancang mampu memberikan manfaat secara nyata bagi masyarakat. Sejak 2018 mulai menjalan program Kertajaya Creative Destination di Desa Kertajaya Padalarang. Sebagai kawasan luas, Desa Kertajaya memiliki jumlah penduduk 19.581 jiwa di tahun 2016. Masalah utama yang digarap adalah pengangguran dan fasilitas pemasaran produk olahan masyarakat.⁹

Program ini merupakan kerjasama antar aktor yang bertujuan menyelesaikan masalah sosial. Aktor yang terlibat adalah masyarakat, perusahaan, pemerintah desa, Dinas Koperasi dan UMKM, dan Dinas Pemuda dan Olahraga Kabupaten Bandung Barat. Semua aktor terlibat aktif dalam program terintegrasi satu sama lain. Implementasi program dikelompokkan ke dalam *scope Share Bag*, Sablon SOD, Masebajaya, Segel Tangki, dan Turban. Selain itu, program Kerjataya Creative Destination juga melibatkan berbagai aktor dalam perencanaan, implementasi, dan evaluasi.

Kertajaya Creative Destination adalah program yang menjadi harapan baru masyarakat. Berkaca kepada pengalaman program yang sudah berjalan tentu perlu evaluasi. Se jauh mana program memberi manfaat bagi masyarakat. Jika dianalisis, indeks kepuasan masyarakat dalam program pelayanan di institusi pemerintah maupun swasta semua berjalan baik.¹⁰ Walaupun ada sebagian yang masih bernilai “C” (cukup).¹¹ Unsur pelayanan bagian penting yang harus menjadi agenda prioritas evaluasi. Selain unsur ini, penting juga

⁹ Erwinton Simatupang dan Vandy Yoga Swara, “Creating Shared Value di Industri Migas: Pelajaran Dari Balongan dalam Meminimalisir Pengangguran dan Menekan Potensi Kecelakaan Kerja” 2, no. 1 (2018): 63–86, <https://doi.org/10.14421/jpm.2018.021-04>; CSR Netherlands, “Country Scan CSR in Indonesia” (Netherlands, 2016); J. Brejning, *Corporate Social Responsibility and the Welfare State: The Historical and Contemporary Role of CSR in the Mixed Economy of Welfare* (Farnham: Ashgate Publishing Company, 2012).

¹⁰ Ayu Restianti, “Evaluasi Pelayanan Kesehatan dan Pendidikan Program Keluarga Harapan (PKH),” *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan* 1, no. 2 (2018): 423, <https://doi.org/10.14421/jpm.2017.012-10>.

¹¹ Maslichah Kurdi, “Pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) di Puskesmas Pamarayan Kabupaten Serang,” *Jurnal Lingkar Widayaiswara* 3, no. 2 (2016): 22–26.

melihat keberhasilan sebuah program untuk program yang berkelanjutan. Untuk itu, perlu melakukan evaluasi lain yang cukup komprehensif. Di kajian ini penulis menawarkan *sustainability compass* sebagai alat evaluasi program pemberdayaan.¹² Sejauh literatur yang dihimpun, penulis belum banyak menemukan alat evaluasi yang menggunakan metode *sustainability compass*. Metode ini masih *genuine* untuk digunakan sebagai alat analisis keberhasilan program pemberdayaan masyarakat.

Keberhasilan program dapat diketahui dengan tingkat kepuasan penerima manfaat. Kepuasan (*satisfaction*) menurut Tjiptono dan Chandra,¹³ berasal dari bahasa latin dan tersusun dari dua kata, yaitu *satis* berarti cukup baik, memadai; dan kata *faction* yang berarti melakukan atau membuat, juga dapat diartikan upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Menurut Kolter, kepuasan masyarakat adalah “*perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan*”.¹⁴ Hal senada mengungkap kepuasan atau ketidakpuasan merupakan bentuk tanggapan dari ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan masyarakat.¹⁵ Selain itu, secara yuridis terdapat peraturan tentang kepuasan masyarakat. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (Kepmenpan) menerbitkan aturan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) yang berisi data dan informasi tingkat kepuasan masyarakat dari hasil pengukuran secara kuantitatif dan kualitatif. Ukuran penilaian IKM diperoleh dari pendapat masyarakat tentang aparatur penyelenggara pelayanan publik. IKM juga sebagai penataan sistem, mekanisme, dan prosedur pelayanan agar lebih berkualitas, berdaya guna, dan berhasil guna.

¹² Badu Ahmad, “Kondisi Birokrasi di Indonesia dalam Hubungannya Dengan Pelayanan Publik,” *Jurnal Administrasi Publik* 4, no. 1 (2008): 45–62.

¹³ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005).

¹⁴ Phillips Kolter, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhalindo, 1997).

¹⁵ Fandy Tjipto, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008).

Sementara itu, *sustainability compass* merupakan alat analisis yang menjadi acuan keberlanjutan program. Konsep ini diprakarsai AtKisson yang terinspirasi dari kompas mata angin. Secara definisi, *sustainability compass* adalah alat analisis untuk mengajak masyarakat memahami keberlanjutan sebuah kegiatan yang membantu mengawasi proses Program. AtKisson mengganti kata yang digunakan dari *north* menjadi *nature*, *east* menjadi *economy*, *south* menjadi *society*, dan *west* menjadi *wellbeing*.

*“N is for Nature; all of our natural ecological system and environmental concern, from ecosystem health and nature conservation, to resource use and waste. E is for Economy; the human system that convert nature’s resource into food, shelter, ideas, technologies, industries, services, money and jobs. S is for Society; the institutions, organisation, culture, norms, and social conditions that make up our collective life as human beings. W is for Wellbeing; our individual health happiness, and quality of life.”*¹⁶

Konsep *sustainability compass* menjadi kebaruan dalam sebuah program. Melalui tulisan ini penulis mencoba memberikan analisis penilaian IKM pada program Kertajaya Creative Destination di Desa Kertajaya. Setelah itu, penulis mendorong agar program berlanjut. Sebagai daya tawar kepada perusahaan digunakan alat analisis *sustainability compass*. Aspek yang diukur adalah *nature*, *economy*, *wellbeing*, dan *society*.

Penilaian IKM dan *sustainability compass*, merupakan salah satu bagian dari studi evaluasi. Hasil penilaian evaluasi dianalisis menggunakan *mix-method*. Penggabungan antara penelitian kuantitatif yang khusus dilakukan pada penilaian Indeks Kepuasan Masyarakat dan penelitian kualitatif bagian analisis *sustainability compass*. Proses pengumpulan data penelitian kuantitatif menggunakan survei. Sedangkan metode kualitatif menggunakan *depth interview*. Populasi pada penelitian kuantitatif adalah penerima manfaat program. Metode pengambilan responden dilakukan kepada penerima manfaat program Kertajaya Creative Destination, yaitu Kelompok *Share Bag*, Kelompok Sablon SOD, Kelompok Masebajaya, Kelompok Segel Tangki dan Kelompok Turban. Sampel dalam survei ini para pengurus program sebanyak 18 orang. Informasi yang dikumpulkan diolah melalui proses *editing*, *coding*,

¹⁶ Alan AtKisson, “About The Sustainability Compass,” 1997.

input data, *cleaning* data dan analisis data. Skor penilaian diberikan sesuai dengan skala yang digunakan pada setiap jawaban dari masing-masing pertanyaan.

Setelah diketahui nilai indeks masing-masing pertanyaan, lalu menjumlah seluruh nilai yang dihasilkan. Indeks beberapa penilaian dikategorikan menjadi empat bagian. Keempat kategori dinilai dengan sangat baik, baik, kurang baik, dan tidak baik. Masing-masing interval memiliki nilai akumulasi dengan standar baku. Penjelasan kategori dari penilaian IKM disajikan pada tabel 1.¹⁷

Tabel 1. Kategori Nilai Indeks Kepuasan Masyarakat

No	Nilai Interval Indeks	Nilai Indeks Konversi	Nilai Simbol	Kategori
1	0.000-0,999	0.00% - 24.98%	1	Tidak baik
2	1.000-1.999	25.00% - 49.98%	2	Kurang baik
3	2.000-2.999	50.00% - 74.98%	3	Baik
4	3.000-4.000	75.00% - 100.00%	4	Sangat baik

Semua kategori yang masuk penilaian interval IKM dianalisis sesuai acuan baku Permenpan. Sementara alat uji analisis program berkelanjutan menggunakan metode *sustainability compass*. Metode ini tersaji secara narasi deskriptif. Penulis mengurai data lapangan secara kualitatif dengan pendekatan induktif. Semua data wawancara dianalisis dan ditafsirkan. Dengan capaian dapat mengembangkan program yang sudah ada agar teruji. Jika dinyatakan sudah teruji, penulis merekomendasikan program lain yang dapat dijalankan masyarakat.

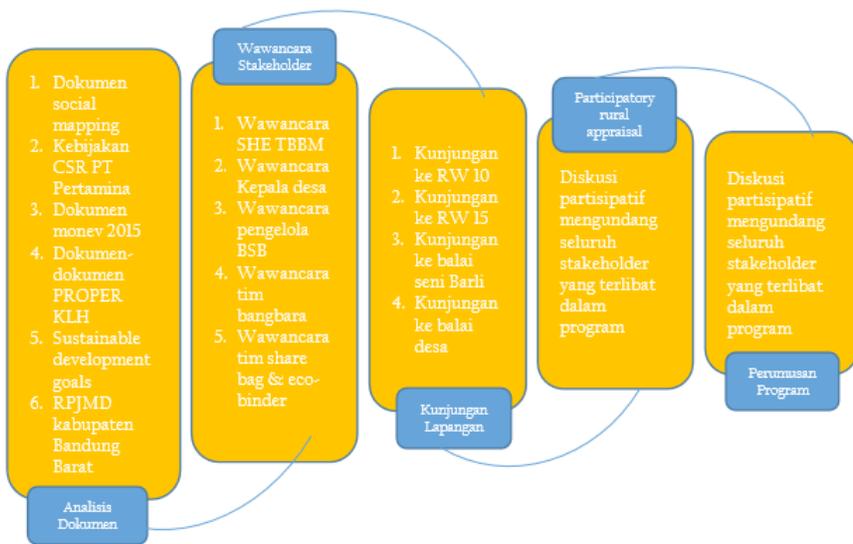
¹⁷ Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016).

Mapping Analisis Program Community Development

Pengembangan program dilakukan setelah melewati tahap study dokumen sekunder, interview, kunjungan lapangan, dan participatory rural appraisal (PRA). Tim mengembangkan matriks TOWS yang memuat analisis Strength, Weakness, Opportunity dan Threat (SWOT). Berikut Matriks TOWS program *community development* di Desa Kertajaya.

<p>TOWS Matrix Program Community Development, Desa Kertajaya</p>	<p>Kekuatan (Strenght):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memiliki kelompok Share Bag • Memiliki kelompok Eco-Binder • Memiliki studi Bangbara • Memiliki Balai Seni Barli • Memiliki karang taruna 	<p>Kelemahan (Weakness):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kemiskinan dan Pengangguran • Belum besarnya pemasaran produk • Pendidikan dan skill warga masih relatif rendah
<p>Peluang (Opportunity):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Letak strategis dan akses jalan yang baik • RJPMD Bandung Barat tentang ekonomi kreatif • Usia produktif besar 	<p>Strategi SO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bekerjasama dengan balai seni Barli untuk membuat destinasi wisata • Peran karang taruna sebagai agent marketing 	<p>Strategi WO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promosi dan pemasaran secara terstruktur dan intensif • Sinergi dengan program Pemda Bandung Barat
<p>Ancaman (Treath):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tergusurnya pertanian akibat meluasnya pembangunan kota dan industri • Perubahan lingkungan dan masalah sampah 	<p>Strategi ST:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menjadikan sampah sebagai bahan produksi kerajinan • Pembuatan animasi environmental campign 	<p>Strategi WT:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan dan pendampingan intensif • Memberdayakan masyarakat secara berkelanjutan

Setelah masalah dipetakan, pendamping sosial mulai melakukan perencanaan program community development di Desa Kertajaya. Namun sebelum aksi, pendamping mapping analisis dengan model ICDC (Innovation for Community Development Center). Alat analisis yang digunakan dalam ICDC melalui proses wawancara mendalam kepada semua stakeholder yang terlibat dalam program Kertajaya Creative Destination. Selain itu, langkah analisis lain setelah wawancara selesai, pendamping menggunakan metode Partisipatory Rural Appraisal (PRA). Metode ini digunakan untuk memetakan kebutuhan masyarakat.



Kegiatan yang dilakukan dengan metode PRA didasarkan pada masalah komoditi Desa Kertajaya. Desa ini memiliki komoditas unggulan di bidang pertanian. Namun komoditas unggulan ini hanya berjaya di era 1990-an. Di era ini, kejayaan unggulan pertanian hanya sebatas masa lalu. Persoalan ini disebabkan langsung oleh semakin cepatnya pertumbuhan dan pembangunan di wilayah perkotaan. Kondisi berakibat kepada mata pencaharian masyarakat yang berhijrah menjadi buruh pabrik.

Peralihan mata pencaharian masyarakat karena pendidikan dan keterampilan yang rendah. Hal ini juga berdampak pada warga yang bekerja sebagai buruh bangunan, pembantu rumah tangga, kebersihan tanaman kota,

dan pekerjaan informal lain. Satu sisi, pekerjaan informal yang dilakukan masyarakat menjadi masalah pengangguran. Di sisi lain, masalah ini dapat menjadi potensi strategis masyarakat desa untuk dikembangkan ke arah yang lebih positif. Program pemberdayaan berbasis keterampilan menjahit, desain kaos, dan beberapa kegiatan lain menjadi modal sosial untuk mengembangkan Desa Kertajaya. Kegiatan yang dilakukan paling mudah adalah dengan membentuk kelompok kerja masyarakat.

Setelah pembentukan kelompok, pendamping memetakan potensi masyarakat. Namun langkah pertama yang dilakukan adalah mengidentifikasi masalah. Hasil update data di tahun 2016-2017, identifikasi masalah yang ditemukan peneliti mengkrucut ke dalam dua, yakni ekonomi dan lingkungan. Pada aspek ekonomi, paling tinggi masalah pengangguran. Selain itu, kurang terakomodir kreativitas masyarakat yang bergerak dalam industri kreatif. Salah satu paling menonjol adalah kurangnya fasilitas pemasaran.

Sementara aspek lingkungan yang paling menonjol adalah sarana dan prasarana kebersihan. Masalah ini terakomodir ketika peneliti melakukan pemetaan sampah yang menggunung. Padahal, jika dikelola dengan baik, sampah menjadi potensi masyarakat untuk meningkatkan pendapatan. Kreasi pengelolaan sampah penting diintervensi oleh program CSR yang menjadi agenda utama pemberdayaan masyarakat. Kondisi sampah yang menumpuk juga berhaluan erat dengan lingkungan. Pasalnya, masyarakat kurang memiliki kesadaran untuk melakukan penghijauan.

Melalui pendekatan PRA yang sudah dilakukan peneliti menemukan pemetaan potensi masyarakat Desa Kertajaya. Potensi yang dapat dikembangkan adalah studio animasi Bangbara, kelompok pengrajin Share Bag, kelompok pengrajin Eco-Binder, forum ekonomi kreatif Bandung Barat, wisata Balai Seni Barli (BSB), karang taruna Kertajaya, dan produsen kuliner. Dari potensi yang ada, peneliti menemukan konsep kebaruan yang ditawarkan oleh program CSR PT. Pertamina TBBM Bandung Barat.

Konsep program CSR dinamakan dengan Kertajaya Creative Destination. Dengan fokus utama adalah 3 program. Terdiri dari komunitas kreatif digital, komunitas pengrajin inovatif, dan komunitas kuliner kreatif. Tiga komunitas yang dibentuk berhubungan erat dengan konsep *sustainability compass*. Konsep ini memiliki 4 aspek sasaran utama, yaitu nature, economy, society, dan well-being. Semua program yang dilakukan mengarah kepada pembangunan berkelanjutan atau Sustainability Development Goals (SDGs).

Survei Kepuasan Masyarakat terhadap Program CSR

Program dilaksanakan menjawab masalah masyarakat Desa Kertajaya. Proses penyusunan program melibatkan berbagai pihak; masyarakat, pemerintah desa, pemerintah kabupaten, dan perusahaan. Semua stakeholders terlibat program agar berjalan sesuai kebutuhan penerima manfaat.

Program dibagi menjadi empat kelompok. Pertama, Kelompok *Share Bag*—kelompok kerajinan dengan produk yang dihasilkan *goodie bag*. Kelompok ini berbeda dengan unit usaha lain. Hasil penjualan *goodie bag* 10% disisihkan untuk kegiatan PAUD di RW 10 Desa Kertajaya. Kedua, kelompok Sablon SOD—fokus kegiatan menyablon secara manual. Kelompok ini dapat berkolaborasi dengan kelompok *Share Bag* untuk melengkapi hiasan pada *goodie bag*. Ketiga, kelompok Masebajaya—fokus kegiatan pada program dampingan masalah gizi buruk. Keempat, kelompok Turban—kegiatan utama memanfaatkan bahan sisa pabrik menjadi kerajinan baru yang bernilai jual tinggi. Bahkan capaian yang lebih luas dapat dijual hingga mancanegara. Empat kelompok kerja saling berkaitan. Seluruh kegiatan ini dinamakan program Kertajaya Creative Destination.

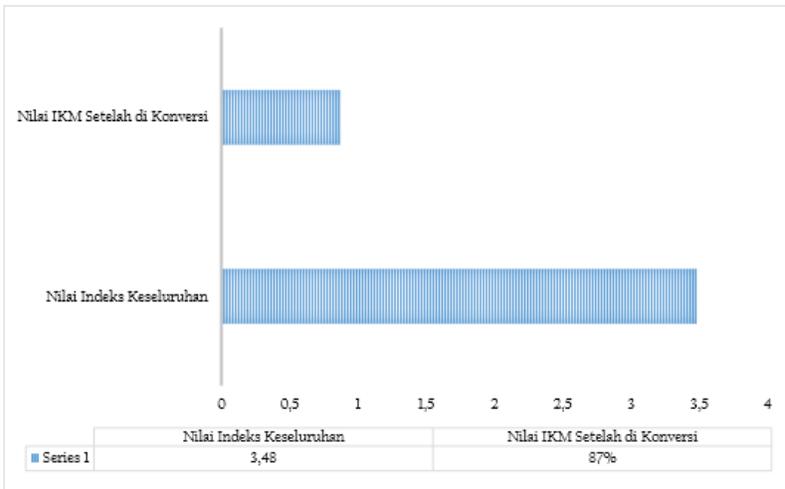
Indeks kepuasan masyarakat pada program yang berjalan diukur melalui 5 indikator utama, yaitu perencanaan, pendanaan, pendampingan, pelaksanaan program, dan keberlanjutan program. Berikut merupakan tabel rekapitulasi nilai indeks dari setiap aspek yang diteliti.

Tabel 2. Total skor indeks dari setiap aspek

No	Aspek Analisis	Nilai Indeks	Nilai IKM Setelah di Konversi
1	Perencanaan	3,44	86%
2	Pendanaan	3,44	86%
3	Pendampingan	3,57	89%
4	Pelaksanaan Program	3,36	84%
5	Keberlanjutan Program	3,59	90%
Total Keseluruhan			87%

Sumber: Hasil olah data primer, 2018

Tabel di atas dapat dibaca bahwa nilai mutu kinerja program pemberdayaan Kertajaya Creative Destination sangat baik (A). Hal ini dapat terlihat dengan data figure grafik yang tersaji.



Hasil analisis program Kertajaya Creative Destination yang digagas oleh PT. Pertamina (Persero) TBBM Bandung Group memperoleh indeks 3,48 dengan kateori “Sangat Baik”. Nilai IKM diperoleh dari penyebaran kuesioner

kepada 18 responden. Pembagian 18 responden terdiri dari kelompok kerja *Share Bag*, SOD Sablon, Masebajaya, Turban, dan Segel Tanki. Semua pertanyaan yang diajukan kepada responden menggunakan skala likert. Rentang penilaian skor dari yang paling tinggi bernilai 4 dan terendah 1. Responden menanggapi pertanyaan sangat setuju (4), Setuju (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Pertama, Indikator perencanaan, responden memilih pertanyaan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Responden memilih jawaban tentang pelibatan dalam perencanaan program, kebutuhan, dan asal mula program. Jika direntang berdasarkan nilai IKM, masyarakat penerima bantuan merasa butuh program untuk dijalankan. Secara kuantitatif memiliki nilai di atas 85. Jika dikonversi memiliki huruf A (sangat baik). Kedua, Indikator pendanaan, responden memilih pertanyaan sumber, dana sesuai kebutuhan, dan manfaat pencairan dana. Responden memilih jawaban sangat baik (A)—jika dikonversi ke dalam angka memiliki nilai 87. Ketiga, indikator Pendanaan secara kuantitatif memiliki nilai 86. Keempat, indikator pendampingan memiliki nilai 86.

Semua indikator yang diujikan memiliki nilai tinggi. Kegiatan pemberdayaan masyarakat yang sudah dilakukan memiliki pengaruh positif. Masyarakat merasa penting adanya program yang sudah berjalan. Indeks kepuasan ini menjadi tolak ukur pengembangan program yang berkelanjutan. Dengan respon yang baik dari masyarakat secara langsung memberikan kepuasan juga bagi pengelola program. Secara sederhana, pendamping sosial dan *community officer* program pemberdayaan masyarakat sebagai stakeholder pelaksana, sangat senang. Tentu saja, progresivitas kegiatan mendatang dapat bekerja lebih baik.

Pada aspek pelayanan, masyarakat juga memberi penilaian yang baik. Respon ini beriringan erat dengan modal sosial yang ada di masyarakat. Komunitas dan kelompok kerja yang sudah dibentuk oleh CSR PT. Pertamina (Persero) berjalan sesuai rencana awal. Bahkan dapat dikembangkan lebih baik pada agenda program lanjutan. Secara implikasi, proses pelayanan program CSR

di Desa Kertajaya tidak ditemukan ‘patologi birokrasi’. Sejalan dengan semangat reformasi birokrasi, pemerintah setempat--desa dan kabupaten--mendorong program pemberdayaan untuk menyelesaikan masalah sosial yang ada di masyarakat.¹⁸

Masalah sosial di Desa Kertajaya memang masing kompleks. Program CSR sebagai pihak kedua telah mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat. Walaupun secara pelaksanaan masih ditemukan kekurangan di sana sini. Namun masyarakat merasa terbantu dan puas dengan adanya program Kertaya Creative Destination yang digagas oleh PT. Pertamina (Persero) TBBM Bandung Group. Memberi dampak positif tentu menjadi modal bagi para pengelola program untuk menyusun strategi program yang berkelanjutan. Nilai IKM yang tersaji menjadi pijakan dan langkah untuk menyusun program yang lebih baik.

Pemetaan Program Berkelanjutan

Sustainability Compass merupakan gagasan yang dikemukakan oleh AtKisson dengan terinspirasi dari kompas mata angin pada umumnya. AtKisson mengganti kata atau istilah yang digunakan dari *north* menjadi *nature*, *east* menjadi *economy*, *south* menjadi *society* dan *west* menjadi *wellbeing*.¹⁹ Analisis *sustainability compass* di dapat dari dokumen dan hasil wawancara (*in-depth interview*) kepada para pelaku kelompok usaha Kertajaya Creative Destination. Berikut rangkuman gambar *sustainability compass* pada program Kertajaya Creative Destination.

¹⁸ Ahmad Izudin, “Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik dalam Mewujudkan Good Governance di Kecamatan Umbulharjo Kota Yogyakarta,” *Publisia: Jurnal Ilmu Administrasi Publik* 4, no. 1 (2019): 1–10, <https://doi.org/10.26905/pjiap.v4i1.2199>.

¹⁹ AtKisson, “About The Sustainability Compass.”

Gambar 1. Sustainability Compass program Kertajaya Creative Destination



Sumber: Hasil olah Data Penelitian IKM, 2018.

Analisis *sustainability compass* dikelompokkan menjadi empat bagian, yaitu *nature*, *economy*, *society*, dan *well-being* yang diperoleh berdasarkan laporan evaluasi program 2018.²⁰ Keseluruhan bagian tersebut menjelaskan keunggulan yang ada dengan program Kertajaya Creative Destination.

²⁰ Muhammad Ferdian Marizky dan Wahyu Eko Widodo, “Laporan Akhir Program CSR di Desa Kertajaya” (Bandung, 2016).

Tabel 3. Kategori Keunggulan Program CSR

Kategori Keunggulan	Keterangan
Nature (alam)	<ul style="list-style-type: none"> ● Kelompok <i>Share Bag</i> dengan 100% limbah termanfaatkan (<i>zero waste</i>). Hal ini bisa terjadi karena jenis kain yang digunakan adalah kain perca. ● 5% profit digunakan untuk pembelian bibit pohon yang pohonnya akan ditanam di sekitar desa, selain dapat memberikan kesejukan juga dapat memberikan kontribusi menjaga lingkungan dengan menjadi kantung-kantung oksigen. ● delapan juta kantong plastik tereduksi karena diet kantong plastik dengan penggunaan <i>goodie bag</i> yang dihasilkan oleh <i>share bag</i>. ● Kelompok Turban memanfaatkan 1,3 ton/tahun sampah segel tangki untuk menjadi aneka macam kerajinan.
Economy	<ul style="list-style-type: none"> ● Keunggulan yang muncul dengan adanya program Kertajaya Creative Destination, pada Kelompok <i>Share Bag</i> sebanyak lebih dari 8000 <i>goodie bag</i> yang dihasilkan dan menciptakan perputaran uang di anggota kelompok. ● Kelompok Saung Kerajinan menghasilkan omset 210 juta setiap tahunnya dengan peningkatan pendapatan sebesar 1,9 juta per bulan untuk tiap anggotanya.

Society	<ul style="list-style-type: none">● Berkurangnya jumlah pengangguran sebanyak 25% dikarenakan saat ini masyarakat bekerja di dalam program Kertajaya Creative Destination● Terdapat 1545 penerima manfaat dari program Kertajaya Creative Destination baik secara langsung maupun tidak langsung.● Munculnya institusi-institusi baru seperti Kelompok <i>Share Bag</i>, Kelompok SOD Sablon, Kelompok Masebajaya, Kelompok Turban dan Kelompok Segel Tanki.	Terlaksana
Well-being	<ul style="list-style-type: none">● Terdapat 25 <i>merchant</i> tempat pemasaran <i>share bag</i>.● Terlibat event besar nasional maupun internasional seperti KAA 2015 dan PON 2016 menggunakan <i>goodie bag</i> dari Kelompok <i>Share Bag</i> sebagai souvenir.● Adanya mahasiswa dari Mesir, Inggris, China, dan Italia yang melakukan studi ke <i>share bag</i> yang berarti program Kertajaya Creative Destination ini telah diakui oleh publik.	Terlaksana

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Sebagai lokasi pengembangan program CSR, Desa Kertajaya masih memiliki kelemahan yang patut untuk dikembangkan. Pengembangan yang dilakukan untuk program selanjutnya adalah penguatan kapasitas kelompok kerja masyarakat. Hal ini perlu dilakukan karena masih minimnya tingkat partisipasi masyarakat. Selain itu, identifikasi masalah di awal program belum menjawab secara utuh yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Untuk itu, peneliti menilai perlu melakukan penyempitan area kerja pada program berikutnya. Permasalahan masyarakat yang terjangkau oleh peneliti tersaji pada tabel di bawah.

Tabel 4. Pemetaan Potensi Kelompok untuk Program Berkelanjutan

Permasalahan Kelompok di Desa Kertajaya		
No.	Kelompok Masebajaya	Kelompok Turban
1.	Tidak ada tempat produksi	[Eco-Binder] Kurangnya pemasaran
2.	Anggota mengurus anak (butuh waktu kerja yang fleksibel)	[Eco-Binder] Anggota kurang kompak
3.	Pemasaran yang tidak terjangkau	[Eco-Binder] Pengerjaan binder sulit
4.	Anggota belum kompak dan belum mengerti tentang makanan sehat	[Turban] Kurang label dan kemasan
5.	Sarana & prasana belum ada	[Turban] Tenaga kerja kurang
6.	Bahan makanan sehat mahal	[Turban] Perlu pelatihan menjahit

Sumber: sumber primer diolah, 2018.

Sasaran peta masalah menjadi agenda untuk program yang berkelanjutan. Dengan capaian analisis dan solusi yang dapat diterapkan adalah kelompok Masebajaya dan kelompok Turban. Berikut potensi-potensi baik kelembagaan, produk, maupun sumber daya yang dimiliki oleh Desa Kertajaya.

Gambar 2. Potensi Desa Kertajaya



Pada gambar di atas terdapat 8 potensi yang dapat dikembangkan di desa Kertajaya. Kotak yang berwarna biru telah dijelaskan di bagian kedua laporan ini, sedangkan kotak yang berwarna merah adalah potensi yang akan dikembangkan ke depannya. Pertama, kelompok Turban. Turban adalah produk yang dikembangkan oleh warga RW 10 Desa Kertajaya. Produk ini diproduksi dengan menggunakan bahan sisa pabrik yang didapat di Pasar Kain Cigondawah. Saat ini, pemasaran yang dilakukan sudah masuk pasar lokal bahkan mancanegara diantaranya Malaysia yang sudah menjadi *customer* tetap. Besarnya permintaan *customer* yang tidak diimbangi dengan jumlah tenaga kerja membuat pesanan terkadang tidak dapat selesai sesuai target. Di sisi lain, ada potensi ibu-ibu yang ingin membantu penghasilan kepala keluarganya juga telah memiliki keterampilan dasar menjahit yang bisa diberdayakan. Peluang dari kedua ini bisa dihubungkan sehingga dapat menyelesaikan permasalahan dari keduanya.

Kedua, kelompok Masebajaya. Kelompok ini terbentuk dari ide kelompok OMABA (Binaan PT. Pertamina Ujung Berung) yang telah berjalan dan menjadi solusi untuk masyarakat di sekitarnya khususnya dalam menurunkan angka gizi buruk. Permasalahan yang ada di Kertajaya, khususnya di Bale Seni Barli, wisatawan yang berkunjung sering mengonsumsi makanan *fast food*. Di sisi lain, frekuensi kunjungan wisatawan ke Bale Seni Barli per hari nya bisa mencapai 1.000 pengunjung setiap harinya. Peluang ini

dapat menjadi celah makanan sehat untuk masuk sehingga wisatawan yang memesan fast food dapat beralih memilih makanan yang tersaji. Tentu saja, makanan yang sehat memiliki kontribusi positif bagi kesehatan wisatawan yang berkunjung.

Dua kelompok yang perlu dikembangkan pada program pemberdayaan perlu mendapat perhatian serius. Sebagai lokasi yang menjadi obyek program CSR PT. Pertamina, Pemerintah Desa Kertajaya perlu juga mempersiapkan diri baik secara organisasi maupun tatakelola pemerintahan. Hal ini beriringan erat dengan kontribusi Pemda Kabupaten Bandung Barat dengan PT. Pertamina (Persero) TBBM Bandung. Nama yang sama juga tetap menjadi pionir dalam pembangunan desa. Kertajaya Creative Destination adalah modal penting yang patut dipertahankan.

Program Kertajaya Creative Destination secara keseluruhan telah berjalan sesuai dengan yang direncanakan. Implementasi program 100% sejalan dengan rencana kerja. Mulai dari proses awal kegiatan, sasaran program, indikator terukur, anggaran dan jadwal perencanaan. Kegiatan ini diharapkan menjadi pemicu untuk mewujudkan penguatan usaha dan kemandirian masyarakat secara berkelanjutan.

Seiring perkembangan kegiatan diharapkan perkembangannya semakin maju dan positif. Pengembangan inovasi dalam upaya peningkatan pengetahuan anggota kelompok dan melahirkan ide-ide sinergis antara teknologi dan usaha. Kegiatan yang dilaksanakan didasarkan pada tujuan kegiatan, yaitu mengembangkan pengetahuan dan kapasitas masyarakat. Hal tersebut tidak terlepas dari harapan bahwa masyarakat dapat hidup dengan mandiri.

Kehadiran peluang usaha baru juga menjadi aspek pendukung dalam meningkatkan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, kolaborasi telah dilakukan sebagai upaya pembangunan ekonomi, sosial, dan budaya. Demikian disampaikan bahwa implementasi kegiatan program Kertajaya Creative Destination berjalan dengan baik. Namun yang perlu dicatat untuk

program selanjutnya, sebagai *blue print* perubahan kebijakan, stakeholder terkait harus memperhatikan dua potensi yang sudah tersaji di atas, menjadi agenda prioritas pada program mendatang.

Penutup

Kesimpulan dari analisis IKM (Indeks Kepuasan Masyarakat) dari program Kertajaya Creative Destination yang berada di Desa Kertajaya dikategorikan sangat baik dengan skor indeks 3.48. Sedangkan untuk analisis dengan menggunakan *sustainability compass* menjelaskan bahwa dari keempat kategori *sustainability compass* (*nature, economy, society* dan *well being*) menyatakan bahwa progress kemajuan Kertajaya Creative Destination sangat baik dan memberikan dampak terhadap *nature, sustainability, society* dan *well being* untuk masyarakat sekitar. Pada kategori *nature* program ini menghasilkan 100% *zero waste* pada kelompok *share bag*. Pada kategori *economy* terdapat omset sebesar 210 juta setiap tahunnya pada Kelompok Saung Kerajinan. Pada kategori *society* munculnya institusi-institusi baru seperti kelompok *Share Bag*, Kelompok SOD Sablon, Kelompok Masebajaya, Kelompok Turban dan Kelompok Segel Tanki. Pada kategori *well being* terlibatnya event besar nasional maupun internasional seperti KAA 2015 dan PON 2016 menggunakan *goodie bag* dari Kelompok *Share Bag* sebagai souvenir.

Daftar Pustaka

- Ahmad, Badu. "Kondisi Birokrasi di Indonesia dalam Hubungannya dengan Pelayanan Publik." *Jurnal Administrasi Publik* 4, no. 1 (2008): 45–62.
- AtKisson, Alan. "About The Sustainability Compass," 1997.
- Basri, Hasan. "Perubahan Sosial Masyarakat Suku Anak Dalam [Studi Kasus Intervensi Pemerintah Melalui Program PKSMT di Pemukiman Bukit Tembesu Desa Jebak Kecamatan Muara Tembesi Kabupaten Batang Hari." Universitas Indonesia, 2015.
- Brejning, J. *Corporate Social Responsibility and the Welfare State: The Historical and Contemporary Role of CSR in the Mixed Economy of Welfare*. Farnham: Ashgate Publishing Company, 2012.

- CSR Netherlands. "Country Scan CSR in Indonesia." Netherlands, 2016.
- Hendrik, Untung. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Izudin, Ahmad. "Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik dalam Mewujudkan Good Governance di Kecamatan Umbulharjo Kota Yogyakarta." *Publisia: Jurnal Ilmu Administrasi Publik* 4, no. 1 (2019): 1–10. <https://doi.org/10.26905/pjiap.v4i1.2199>.
- Kolter, Phillips. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo, 1997.
- Kurdi, Maslichah. "Pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Di Puskesmas Pamarayan Kabupaten Serang." *Jurnal Lingkar Widyaaiswara* 3, no. 2 (2016): 22–26.
- Marizky, Muhammad Ferdian, and Wahyu Eko Widodo. "Laporan Akhir Program CSR di Desa Kertajaya." Bandung, 2016.
- Nur Hayati, Beti. "Kemitraan Program Corporate Social Responsibility PT. Semen Gresik Pabrik Tuban (Pseudo Partnership Batik Cap Pewarna Alami)." Universitas Gadjah Mada, 2018.
- "Pelatihan Corporate Fundraising Based on Iso 26000," n.d.
- Peraturan Kepala Badan Pusat Statistik Nomor 37 Tahun 2010 Tentang Klasifikasi Perkotaan dan Pedesaan di Indonesia, Pub. L. No. Nomor 37 Tahun 2010 (n.d.).
- Petkoski, Djordjija, and Twose Nigel. *Public Policy For Corporate Social Responsibility*, 2003.
- Probosiwi, Ratih. "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (Corporate Social Responsibility in Public Welfare Enhancement)." *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 13, no. 2 (2005): 30–40.
- "Profil Kemiskinan di Indonesia September 2017." Indonesia, 2018.
- Ratminto, dan Atik Septi Winarsih. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.
- Restianti, Ayu. "Evaluasi Pelayanan Kesehatan dan Pendidikan Program Keluarga Harapan (PKH)." *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan* 1, no. 2 (2018): 423. <https://doi.org/10.14421/jpm.2017.012-10>.
- Simatupang, Erwinton, dan Vandy Yoga Swara. "Creating Shared Value di Industri Migas: Pelajaran Dari Balongan dalam Meminimalisir Pengangguran dan Menekan Potensi Kecelakaan Kerja", *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan* 2, no. 1 (2018): 63–86. <https://doi.org/10.14421/jpm.2018.021-04>.
- Tjipto, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.

Tjiptono, Fandy, & Gregorius Chandra. *Service, Quality & Satisfaction*.
Yogyakarta: Andi Offset, 2005.