Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 6, No: 3	Hal: 216 - 221	Desember 2019
---	--	--------------	----------------	---------------

PROGRAM *LOCAL FARMER EMPOWERMENT* OLEH PT SRIBOGA RATURAYA (PIZZA HUT) DI LEMBANG BANDUNG JAWABARAT

Ade Nugrahani, Devie Lestari Hayati, Santoso Tri Raharjo³, Sahadi Humaedi⁴

^{1, 2} Program Studi Sarjana Ilmu Kesejahteraan Sosial Universitas Padjadjaran

^{3, 4} Pusat Studi CSR, Kewirausahaan Sosial & Pemberdayaan Masyarakat, Universitas Padjadjaran

(ade16003@mail.unpad.ac.id; devie.l.hayati@gmail.com; santoso.tri.raharjo@unpad.ac.id; sahadi.humaedi@unpad.ac.id)

Abstrak

Dalam menjalankan bisnis secara etis, bahwa suatu perusahaan sangat perlu memedulikan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Perusahaan perlu memperhatikan kebutuhan karyawan dan juga masyarakat yang berada di tempat perusahaan beroperasi. Perusahaan perlu memiliki Program-program yang bertujuan untuk memberikan dampak positif bagi kesejahteraan sosial. Salah satunya dengan memiliki program peningkatan taraf hidup petani lokal menjadi salah satu hasil akhir dari pemberdayaan petani lokal telah dilakukan Sriboga Raturaya dalam program Corporate Social Responsibility (CSR) yang bersifat sustainability. Untuk mendukung suksesnya program tersebut diperlukan modal serta pemahaman untuk menggarap sejumlah tanaman hortikultura yang memiliki kualitas unggul. Sriboga Raturaya telah membentuk pemberdayaan masyarakat tani yang disebut *Local Farmer Empowerment* khususnya di lembang bandung. Perusahaan selalu berupaya untuk meningkatkan taraf hidup para petani lokal dengan menyediakan sebuah marketplace untuk memasarkan seluruh hasil pertanian mereka yang memiliki kualitas terbaik sesuai dengan standar GAP (*Good Agricultural Practises*) dan GHP (*Good Handling Practices*). Bekerja sama dengan dua kelompok petani lokal yang berlokasi di daerah Lembang dan sekitarnya, para petani memenuhi kebutuhan sayur-sayuran seperti paprika merah, paprika hijau, romaine lettuce, buncis dan tomat untuk 29 outlet Pizza Hut Restoran dan PHD di area Bandung.

Kata kunci : Corporate Social Responsibility (CSR), Local Farmer Empowement

Abstact

In conducting business ethically, that a company really needs to care about its social and environmental responsibilities. The company needs to pay attention to the needs of employees and also the people in the company where they operate. Companies need to have programs that aim to have a positive impact on social welfare. One of them is by having a program to improve the standard of living of local farmers to be one of the final results of empowering local farmers by Sriboga Raturaya in the Corporate Social Responsibility (CSR) program that is sustainable. To support the success of the program, capital and understanding are needed to work on a number of horticultural crops that have superior quality. Sriboga Raturaya has formed a community empowerment called the Local Farmer Empowerment, especially in Lembang Bandung. The company always strives to improve the lives of local farmers by providing a marketplace to market all of their agricultural products of the highest quality in accordance with the standards of GAP (Good Agricultural Practices) and GHP (Good Handling Practices). In collaboration with two groups of local farmers located in the Lembang and surrounding areas, farmers meet the needs of vegetables such as red peppers, green peppers, romaine lettuce, beans and tomatoes for 29 Pizza Hut Restaurant and PHD outlets in the Bandung area.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Local Farmer Empowement

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 6, No: 3	Hal: 216 - 221	Desember 2019
---	--	--------------	----------------	---------------

PENDAHULUAN

Sejak lama dunia usaha percaya bahwa satu satunya tanggungjawab mereka adalah mencari keuntungan bagi pemodalnya. Padahal pada dasarnya perusahaan yang baik dan berkualitas juga harus mampu memperhatikan kebutuhan karyawan dan juga masyarakat disekitar tempat perusahaan beroperasi. Hadirnya dunia perusahaan atau industri di tengah-tengah kehidupan masyarakat, diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup dan tingkat kesejahteraan masyarakat. Perusahaan memiliki tanggungjawab untuk dapat memperhatikan masyarakat disekitar lokasi usaha. Menurut (Pranoto, 2014) Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah komitmen perusahaan atau dunia bisnis dalam memberikan kontribusi terhadap pengembangan ekonomi yang berkelanjutan, dan menitikberatkan pada perhatian aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Maka dengan melalui program CSR sebuah perusahaan dapat memberikan pelayanan, bantuan bahkan pemberdayaan kepada masyarakat melalui tanggung jawab sosial guna meningkatkan kualitas hidup dan tingkat kesejahteraan hidup masyarakat.

Selain itu, perlu dilakukan pemberdayaan masyarakat yang sangat penting untuk melibatkan dimensi kultural dan mendayagunakan peran modal sosial yang tumbuh di tengah masyarakat dalam mempercepat dan mengoptimalkan hasil dari proses pemberdayaan. Modal sosial yang berisikan saling percaya, tolong menolong, norma sosial dan nilai-nilai etis merupakan pondasi penopang yang akan menentukan perkembangan dan keberlanjutan beragam kegiatan (Ambadar, 2002). Pemberdayaan

masyarakat yang berorientasi jangka panjang mempunyai strategi yang efektif dan melibatkan partisipasi semua pemangku kepentingan kegiatan CSR (Adi, 2003). Masyarakat harus terlibat secara aktif dalam kegiatan pemberdayaan, meskipun perusahaan telah membayar pajak kepada negara tidak berarti telah menghilangkan tanggungjawabnya terhadap kesejahteraan publik karenanya perusahaan haruslah mengadopsi kenyataan bahwa ada dua bentuk perijinan yang harus dipatuhi agar dapat beroperasi dengan aman, yaitu ijin legal dari pemerintah dan ijin sosial dari masyarakat dengan melakukan kegiatan sosial (CSR).

Kegiatan CSR bagi masyarakat merupakan suatu proses yang bergerak dan bertalian dengan sumber-sumber yang ada di masyarakat, yang saat ini mulai dimanfaatkan secara maksimal oleh perusahaan. Salah satunya adalah PT Sriboga Raturaya (Pizza Hut) merupakan Anak perusahaan dari PT. Sarimelati Kencana Tbk didirikan pada tahun 1987, yang bergerak di bidang jasa penyedia makanan terutama pizza dan pasta di Indonesia melalui waralaba yang dimiliki. Sebagai anak perusahaan PT. Sriboga Raturaya, Perseroan adalah pemilik franchise YUM International yang memegang merek Pizza Hut di Indonesia. Perusahaan ini memiliki kegiatan CSR suatu program pemberdayaan petani kecil untuk meningkatkan pendapatan dan daya saing perusahaan dan meningkatkan penjualan hasil tani para petani. Dengan menyediakan pasar endtoend untuk produk segar mereka, gerai PHR dan PHD di Bandung langsung mendapatkan berbagai sayuran dari para petani. Selain itu, bahan sayuran yang digunakan oleh perusahaan disuplai dari petani binaan perusahaan.

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 6, No: 3	Hal: 216 - 221	Desember 2019
---	--	--------------	----------------	---------------

METODE

Penulisan artikel ini menggunakan pendekatan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan kecenderungan untuk menggambarkan secara ringkas mengenai berbagai kondisi, berbagai situasi, serta berbagai fenomena terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR terhadap pengembangan masyarakat berdasarkan perspektif pekerjaan sosial. Metode yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah metode studi literatur atau studi pustaka. Studi Kepustakaan yaitu mengadakan penelitian dengan cara mempelajari dan membaca literatur-literatur yang ada hubungannya dengan permasalahan yang menjadi obyek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat

Pengembangan masyarakat merupakan sebuah istilah yang terdiri dari dua konsep, yaitu pengembangan dan masyarakat. Sebagaimana dikemukakan oleh Rothman (1995), bahwa pengembangan lebih merujuk pada upaya peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat agar kondisi sosial-ekonomi meningkat. Pemberdayaan dimaknai sebagai sebuah intervensi yang merupakan suatu upaya untuk memperkuat sumberdaya dan partisipasi masyarakat dalam meningkatkan kapasitasnya agar dapat menentukan sendiri masa depannya. Definisi pemberdayaan masyarakat dalam pembangunan bertujuan untuk melakukan

proses perubahan agar masyarakat memahami manfaat dan peranannya dalam program pembangunan, mampu merumuskan kebutuhan dengan potensi atau sumber daya yang dimiliki, mampu menentukan prioritas masalah yang akan dipecahkan sesuai dengan kebutuhan dan potensinya, serta mampu menyusun rencana kegiatan untuk menangani atau menyelesaikan masalah yang dihadapinya (Adi, 2003).

Pengembangan masyarakat dapat dilakukan melalui bentuk kegiatan usaha bersama dan terencana guna meningkatkan kesejahteraan dan kualitas kehidupan manusia. Sedangkan komunitas atau masyarakat merupakan konsep yang menyatakan tentang sekelompok orang dengan identitas bersama yang diatur dalam sebuah kesatuan sistem sosial yang berlaku di dalamnya (Raharjo, 2015).

Sebagai proses, pemberdayaan adalah serangkaian kegiatan untuk memperkuat kekuasaan atau keberdayaan kelompok lemah dalam masyarakat, termasuk individu-individu yang mengalami masalah kemiskinan. Sebagai tujuan, maka pemberdayaan menunjuk pada keadaan atau hasil yang ingin dicapai oleh sebuah perubahan sosial, yaitu masyarakat yang berdaya, memiliki kekuasaan atau mempunyai pengetahuan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yang baik yang bersifat fisik, ekonomi maupun sosial seperti memiliki kepercayaan diri, mampu menyampaikan aspirasi, mempunyai mata pencaharian, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan mandiri dalam melaksanakan tugastugas kehidupannya. Pengertian pemberdayaan sebagai tujuan seringkali digunakan sebagai indikator keberhasilan pemberdayaan sebagai sebuah proses.

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 6, No: 3	Hal: 216 - 221	Desember 2019
---	--	--------------	----------------	---------------

b. Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility (CSR) dapat dipahami sebagai salah satu wujud partisipasi dari perusahaan atau dunia usaha untuk menciptakan pembangunan berkelanjutan dengan mengembangkan program kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitar di sekitar perusahaan melalui penciptaan dan pemeliharaan keseimbangan antara keuntungan, fungsi-fungsi sosial, dan pemeliharaan lingkungan hidup. Menurut (Raharjo, 2014) Di sisi lain, tanggung jawab sosial merupakan salah satu bagian dari corporate responsibility sehingga diminta atau tidak dan ada aturan atau tidak terkait dengan pelaksanaan corporate social responsibility (CSR), pihak perusahaan akan tetap melakukan kegiatan CSR kepada masyarakat lokal. Namun, pada praktiknya, program CSR yang dilakukan oleh perusahaan masih banyak yang cenderung ditujukan untuk 'meredam' munculnya gejolak atau konflik antara masyarakat dengan perusahaan.

Dengan artian CSR dikembangkan melalui prinsip Tri Bottom Line, dimana prinsip ini menekankan keseimbangan pada aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Pendapat lain mengenai CSR kembali dikemukakan oleh Sankat dan Clement (2002), beliau mengemukakan bahwa (CSR) merupakan komitmen usaha yang dilakukan oleh perusahaan atau badan usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal serta berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, dan perusahaan juga memiliki kewajiban untuk berkontribusi pada peningkatan masyarakat lokal atau komunitas lokal.

Berdasarkan kajian yang dilakukan, Wood dalam Solihin (2011:108)

menjelaskan adanya tiga prinsip CSR yang disesuaikan dengan orientasi pelaksanaan prinsip CSR, ketiga prinsip CSR tersebut adalah sebagai berikut:

a. *The principle of legitimacy*. Prinsip ini didasari oleh adanya legitimasi dan pemberian kekuasaan yang diberikan oleh masyarakat kepada pelaku bisnis untuk menjalankan operasi perusahaan, menggunakan berbagai jenis sumber daya, serta memasarkan produk yang mereka hasilkan.

b. *The principle of public responsibility*. Public responsibility adalah fungsi manajemen organisasi dalam suatu konteks khusus kebijakan publik.

c. *The principle of managerial discretion*. Prinsip ini menyatakan bahwa para manajer selaku agen yang memiliki pertimbangan pribadi (*discretions*), selayaknya mampu menjalankan pertimbangannya tersebut dalam setiap area yang menjadi dominan CSR yang akan menghasilkan manfaat sosial.

Melalui prinsip diatas, Wood mencoba membumikan konsep CSR dimana didalam hal ini perusahaan tidak bertanggung jawab untuk mengatasi seluruh masalah sosial yang ada di lingkungannya. Perusahaan hanya bertanggung jawab atas hal-hal yang diakibatkan oleh pelaksanaan fungsi-fungsi perusahaan (produksi, pemasaran, personalia, keuangan, dan lain-lain) dan dampak dari pelaksanaan fungsi tersebut. Dengan adanya prinsip ini, maka akan memberikan panduan yang lebih spesifik kepada perusahaan mengenai area CSR yang di mana mereka bisa berperan.

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 6, No: 3	Hal: 216 - 221	Desember 2019
---	--	--------------	----------------	---------------

c. Pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) oleh PT Sriboga Raturaya (Pizza Hut) Di Lembang Bandung Jawa Barat

Program pemberdayaan masyarakat diwujudkan dalam program CSR yang dilaksanakan dengan konsentrasi bertitik tolak pada aspirasi kebutuhan masyarakat. Kegiatan program CSR yang dilaksanakan oleh sriboga merupakan bentuk kepedulian sriboga kepada masyarakat. Selain memiliki ratusan gerai Pizza Hut, Sriboga Raturaya juga menaungi berbagai perusahaan. Sriboga melakukan CSR yang bersifat *sustainability*, yaitu dengan program pemberdayaan petani di Lembang, Bandung. Para petani diberikan modal dan pemahaman untuk menggarap sejumlah tanaman hortikultura yang memiliki kualitas unggul. Mereka menanam tomat, paprika, buncis, dan sawi. Hasil panennya di beli untuk dipakai di restoran Pizza Hut. Petani bisa menjual hasilnya ke pasar atau ke pembeli lain, apabila tak semua produk diserap Sriboga.

Program *sustainability* yang sudah berjalan empat tahun itu akan dikembangkan di daerah lain, khususnya daerah bersuhu dingin. Pasalnya, beberapa tanaman yang dibutuhkan, seperti paprika, mesti dikembangkan di daerah bersuhu dingin, seribu meter di atas permukaan laut.

PENUTUP

Seluruh perusahaan sudah patutnya bahkan dituntut untuk mampu melaksanakan kegiatan CSR bukan hanya sekedar bekerja untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya bagi pemilik modal atau pemegang saham, melainkan juga memberikan manfaat pada masyarakat pada umumnya dan khususnya

para petani di Lembang Bandung. terdapat berbagai dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan yang timbul akibat berdirinya suatu kawasan industri, mengharuskan perusahaan untuk bertanggung jawab kepada publik melalui aktivitas yang nyata. Dengan melakukan kegiatan CSR dengan program Local Farmer Empowerment oleh PT Sriboga Raturaya menjadi suatu perwujudan kepedulian dan tanggungjawab sosial perusahaan terhadap masyarakat sekitar tempat usaha. Dengan mengikutsertakan para petani untuk melakukan pemberdayaan hasil tani untuk menjadi komoditas utama perusahaan dari segi sayuran, mampu menjadi sumber keuntungan yang besar bagi petani untuk mampu mendistribusikan hasil tani ke perusahaan. Sementara itu perusahaan mendapat keuntungan dari hasil tani yang diproduksi dapat membantu persediaan sayuran bagi kegiatan usaha. Hal ini tercipta saling menguntungkan satu sama lain antara pemilik perusahaan dan juga masyarakat sekitar lokasi.

Daftar Pustaka

- Adi. (2003). *Pemberdayaan Pengembangan Masyarakat dan Intervensi Komunitas*. Jakarta : Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Ambadar. (2002). *Corporate Social Responsibility dalam Praktek di Indonesia*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Bachdar, S. (2016, Juni 19). Mengenal Dua Program CSR Pizza Hut.
- BPLPP. (1978). *Tujuh Puluh Tahun Penyuluhan Pertanian di Indonesia* . Jakarta: BPLPP Departemen.
- Hadisapoetro. (1998). *Pembangunan Pertanian Berkelanjutan*. Yogyakarta: Fakultas Pertanian UGM.
- Kencana, P. S. (2018). *Annual Report* . Jakarta.

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 6, No: 3	Hal: 216 - 221	Desember 2019
---	--	--------------	----------------	---------------

- Kottler, P. &. (2005). *Corporate Social Responsibility. Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Nia Desiana, A. A. (2017). Meningkatkan Penghasilan melalui Strategi Pemberdayaan Kelompok Tani.
- Pranoto, A. R. (2014). Program CSR Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Menuju Kemandirian Ekonomi Pasca Tambang di Desa Sarij aya . *m CSR Berbasis Pemberdayaan Masyarakat* .
- Raharjo, M. B. (2014). Corporate Social Responsibility (Csr) Dari Sudut Pandang Perusahaan.
- Sadono, D. (2008). Pemberdayaan Petani: Paradigma Baru Penyuluhan Pertanian di Indonesia. *Jurnal Penyuluhan* .
- Siti Amanah, N. F. (2014). Farmer And Fisher Empowerment Model Based On Local.
- Soesilawati, E. (2011). Model Corporate Social Responsibility Dalam Program Perberdayaan Petani Hortikultura. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.
- Suintanable food lab. (2017). *Empowering Smallholder Farmers to Improve their Incomes*.
- Tjitropranoto. (2003). *Penyuluhan Pertanian: Masa Kini dan Masa Depan*. Bogor: IPB Press.
- Untung, B. (2009). *Coorporate Social Responsibility*. Jakarta : Sinar Grafika.
- Zhong, B. Y. (2015). Informasi memberdayakan pasokan sayuranrantai: Studi tentang kebutuhan informasi danstrategi berbagi di antara petani dan petanivendor. *Komputer dan Elektronik di Indonesia Pertanian* , 117, 81-90.