

PEMETAAN MASYARAKAT SEBAGAI TARGET GROUP PROGRAM CSR PT. PKT BONTANG

Irwan Gani, Muliati, dan Siti Amalia

Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman, Kampus Gunung Kelua Samarinda

E-mail: ig.irwangani@gmail.com

ABSTRAK Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pentingnya pemetaan masyarakat sebagai langkah awal dalam mengimplementasi program *Corporate Social Responsibility* PT. Pupuk Kalimantan Timur (CSR PKT). Subyek penelitian yang diamati adalah masyarakat Kelurahan Loktuan dan Guntung, yang sangat berdekatan dengan lokasi PT. PKT Bontang. Proses pengamatan dilakukan dengan memahami bahasa dan penafsiran masyarakat tentang karakteristik mereka dari aspek ekonomi, sosial, budaya, dan psikologis. Data primer dan sekunder yang diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi diterjemahkan oleh peneliti melalui proses triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan, program CSR PKT masih belum digagas secara serasi dengan sasaran dan pendekatan program, karena pemetaan masyarakat masih belum dilakukan. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa, masyarakat dapat dikluster menjadi tiga tipe, yaitu; Masyarakat Tipe I yang dominan ditemukan pada; karyawan dan PNS, berdomisili di perumahan karyawan dan perumahan umum, dan mayoritas masyarakat pendatang. Masyarakat Tipe II dominan ditemukan pada; pedagang dan pengusaha, berdomisili di tempat usaha dan pusat keramaian. Masyarakat Tipe III dominan ditemukan pada; nelayan, petani dan buruh, berdomisili di pesisir dan mengelompok berdasarkan etnis, dan mayoritas masyarakat lokal. Masyarakat Tipe III merupakan sasaran CSR PT. PKT yang mendesak untuk segera ditangani, mengingat karakteristik masyarakatnya yang sangat rendah tingkat kemandiriannya.

Keywords: pemetaan, corporate social responsibility, sosial ekonomi masyarakat, tipe masyarakat, masyarakat miskin

MAPPING SOCIETY AS TARGET GROUP PROGRAM CSR PT. CCP BONTANG

ABSTRACT This study was aimed to prove the importance of community mapping as the first step in implementing *Corporate Social Responsibility* PT. Pupuk Kalimantan Timur. Observations were made according to gesture and verbal communication of the subjects who lived in Loktuan and Guntung village. Data obtained from observation, interview and documentation are translated by the researchers through a process of triangulation to determine their social characteristic such as economic, cultural and psychological matter. The results showed that the CSR program initiated by the company was not based on the community mapping so that the benefit of this philanthropy tend to be misdirected. Mapping results indicate that people in research area could be clustered into three types: Type I, predominantly work as employees and civil servants, live in employee housing and residential area, and migrant from other island outside Kalimantan; Type II: those who are merchant and entrepreneurs, live in downtown area; Type III, mostly consist of fishermen, farmers and workers, residing in coastal and clustered based on their ethnicity. According to the study, the company should have addressed their program to people in Type III, given the fact this type has low level of resilience.

Keywords: community mapping, corporate social responsibility, poor people, type of people

PENDAHULUAN

Pemetaan Masyarakat berdasarkan karakteristiknya menjadi penting, sebagai dasar penentuan sasaran, pendekatan, dan jenis pemberdayaan. Pentingnya pemetaan masyarakat ini sejalan dengan pemikiran Roland L. Warren (1978) dan kemudian dikembangkan oleh penerus-penerusnya seperti Netting, Kettner dan McMurtry (1993). Netting *et al.*, lebih jauh menyebutkan empat fokus pemetaan masyarakat, yaitu; 1) Pengidentifikasian populasi sasaran; 2) Penentuan karakteristik masyarakat; 3) Pengakuan perbedaan; dan 4) Pengidentifikasian struktur.

Tidak mudah untuk memetakan masyarakat seperti yang disebutkan Netting, *et al*, sehingga dapat dijadikan sasaran program pemberdayaan. Kondisi riil di lapangan, seringkali tidak terdapat garis tegas yang dapat membedakan tipe masyarakat. Akibatnya, pemetaan masyarakat hanya dapat dilakukan dengan mengidentifikasi kecenderungan kelompok dan ciri yang paling banyak, menjadi muatan kelompok masyarakat itu.

Wronka (2008), mengklasifikasi masyarakat berdasarkan tiga kelompok besar yaitu; meta-mikro/mikro, mezzo dan makro/meta-makro. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Gani (2010), dengan mengelompokkan tipe dan kluster masyarakat menjadi tiga tipe, yaitu Tipe III (akar; ranting; mikro), Tipe II (dahan; mezo), dan Tipe I (ranting; pancing; makro).

Implikasi dari pengklusteran masyarakat ini, memunculkan sikap dan perilaku tiga tipe masyarakat yang berbeda, yaitu: Masyarakat Tipe III dipandang sebagai kluster masyarakat paling dasar, kurang mandiri, tidak mengetahui apa kebutuhannya, motivasi dan partisipasi terhadap setiap program pembangunan rendah, dengan peluang konflik yang juga rendah.

Masyarakat Tipe II lebih baik dari masyarakat tipe III. Bobot dari beberapa komponen sdh semakin tinggi dibanding masyarakat Tipe III. Kemandirian, sudah lebih mandiri, sudah mulai mengetahui

apa kebutuhannya, motivasinya juga sudah mulai muncul, partisipasinya lebih intensif, namun potensi konflik juga sudah mulai ada.

Masyarakat Tipe I adalah yang terbaik di antara dua tipe masyarakat sebelumnya. Semua komponen dari kemandirian, pengetahuan akan kebutuhannya, motivasi dan partisipasinya, bobotnya jauh lebih besar dibanding dua tipe masyarakat sebelumnya. Namun, potensi konflik juga semakin besar berada dalam kelompok ini.

Coorporate Social Responsibility PT. PKT Bontang (CSR PKT) selama ini digagas dan direncanakan melalui berbagai tahap. Tahap pertama, program diusulkan oleh masyarakat. Tahap kedua, usulan masyarakat diseleksi berdasarkan *master plan* CSR PKT danketersediaan anggaran. Tahap ketiga, usulan masyarakat diaplikasikan kedalam program pemberdayaan oleh pengelola CSR PKT.

Mengacu kepada alur perencanaan ini, maka program CSR PKT belum melalui tahapan pemetaan masyarakat. Akibatnya, program belum mencantumkan target group (sasaran) dan jenis pendekatan yang dilakukan. Jika dalam dokumen perencanaan program CSR PKT telah tercantum, maka pencantuman sasaran dan pendekatan belum sinkron dengan karakteristik masyarakat yang menjadi sasaran CSR PKT.

Masih banyaknya protes dan komplain masyarakat atas pelaksanaan CSR PKT, diduga kuat berasal dari belum selarasnya program dengan karakteristik masyarakat sasaran. Masyarakat menjadi apatis, dan tingkat partisipasinya terhadap program CSR PKT menjadi rendah. Mengacu kepada dugaan ini, maka perlu dilakukan pembuktian akan pentingnya pemetaan masyarakat dalam usaha untuk merencanakan program yang sesuai dan selaras dengan sasaran dan pendekatan program.

Pemetaan sosial dalam Pemberdayaan

Pemetaan sosial merupakan salah satu pendekatan yang digunakan dalam pengembangan dan pemberdayaan masyarakat melalui metode visual yang menggambarkan keadaan masyarakat seperti letak geografis, kondisi sosial ekonomi masyarakat, sumber mata pencaharian dan lain sebagainya. Pemetaan sosial dan masyarakat ini biasanya banyak digunakan oleh organisasi yang bergerak di bidang sosial dan kesehatan dengan tujuan untuk mengetahui kebutuhan masyarakat. Beberapa jenis pemetaan yang berkembang saat ini diantaranya adalah *population needs mapping* – bertujuan untuk mengetahui masyarakat yang membutuhkan bantuan, *neighborhood asset mapping* – bertujuan untuk melihat kekuatan daerah tertentu sebagai dasar membangun dan memberdayakan masyarakat, *inclusion mapping* – mengetahui kesempatan, hubungan dan kontribusi mereka yang berpotensi dikucilkan (*excluded*), dan *sharing decision making* – dimana setiap individu dan kelompok memiliki andil dalam program pemberdayaan yang sedang dilaksanakan.

Pemahaman mengenai pentingnya pemetaan sosial ini dicetuskan oleh karya Roland L. Warren (1978) dalam bukunya yang berjudul *The Community in America*,

untuk kemudian dikembangkan oleh penerus-penerusnya yaitu Netting, Kettner dan McMurtry (1993). Kerangka pemahaman masyarakat dan masalah sosial menurut Netting et al., terdiri dari empat fokus antara lain: 1) Pengidentifikasian populasi sasaran; 2) Penentuan karakteristik masyarakat; 3) Pengakuan perbedaan; dan 4) Pengidentifikasian struktur. Langkah dalam fokus pertama yaitu pengidentifikasian populasi sasaran dilakukan melalui pemahaman karakteristik anggota populasi sasaran lewat pertanyaan – pertanyaan yang sifatnya menggali sejarah bagaimana populasi memandang masyarakat dan kebutuhannya atau bagaimana mereka memandang masyarakat dan kepekaannya dalam memandang kebutuhan mereka. Langkah pada fokus ke dua yaitu penentuan karakteristik masyarakat dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu a) identifikasi batas – batas masyarakat seperti batas geografis, hambatan fisik dan lain sebagainya; b) menggambarkan masalah – masalah sosial seperti apa masalah sosial utama dalam masyarakat dan apakah sub-sub kelompok dari populasi mengalami hal yang sama; dan c) memahami nilai-nilai dominan melalui telaah nilai budaya, tradisi dan keyakinan, identifikasi kelompok dan Individu penganut dan penentang nilai, dan memahami apakah terjadi konflik nilai dalam populasi sasaran. Pada fokus ke tiga langkah yang dilakukan dalam mengakui perbedaan antara lain adalah mengidentifikasi mekanisme penindasan yang tampak dan formal. Hal ini dilakukan dengan melihat apakah ada perbedaan antara anggota populasi, populasi sasaran dengan kelompok lain di masyarakat, dan bagaimana cara pandang populasi dalam melihat perbedaan tersebut. Pengakuan perbedaan juga dapat dilihat dari identifikasi bukti-bukti diskriminasi seperti apakah ada hambatan dalam integrasi populasi sasaran dan bentuk diskriminasi apa yang mereka terima. Fokus ke empat adalah identifikasi struktur melalui beberapa langkah yaitu a) memahami lokasi kekuasaan; b) menentukan kesediaan sumber; dan c) mengidentifikasi pola pengawasan sumber dan pemberian pelayanan.

Pemetaan masyarakat pada awalnya dilakukan oleh para pekerja sosial, dalam mengatasi persoalan yang terjadi dalam penerapan hak asasi manusia, dan keadilan sosial dalam hal-hak untuk hidup layak, kesehatan, pendidikan dan lain sebagainya. Khusus di bidang kesehatan, Joseph Wronka (2008), seorang peneliti sosial yang mengkonseptualisasikan empat level intervensi yang dilakukan oleh pihak eksternal dalam pengentasan masalah sosial yaitu intervensi primer, sekunder, tersier dan kurterner dengan tiga target klasifikasi besar yaitu meta–mikro/ mikro, mezzo dan makro/meta-makro. Dengan pengklasifikasian seperti ini diharapkan peneliti dapat menggambarkan permasalahan yang terjadi di berbagai level masyarakat dan mendapatkan solusi akurat dalam mengatasi persoalan.

Target group Pemberdayaan

Konsep tentang *target group* (masyarakat miskin/ sasaran pemberdayaan) dimulai di tahun 1970-an. Kata *target group* diartikan sebagai perhatian yang patut diberikan kepada masyarakat paling miskin, sebagai kebalikan dari bantuan pembangunan infrastruktur yang

sudah ketinggalan zaman seperti pembangunan jembatan dan rumah sakit yang tampaknya lebih bermanfaat bagi mereka yang bisa mengaksesnya. Istilah *target group* awalnya digunakan dalam dunia pemasaran dan periklanan. Overweel menyebutkan (2008): “Jika anda memiliki suatu produk untuk dijual, anda harus menentukan siapa *target group* anda dan meyakinkan orang-orang tersebut bahwa produk yang anda jual akan membuat kehidupan mereka lebih baik”. Lebih jauh Overweel (2008) menyebutkan bahwa, “LSM pembangunan” (baca: *change agent*, peneliti) juga “menjual” program pembangunan mereka dan mereka juga harus meyakinkan *target group* bahwa program tersebut bagus untuk mereka. Mungkin analogi yang dijelaskan disini terdengar agak sarkastik, tapi begitulah kenyataannya”.

Overweel (2008) menyebutkan, secara teori *target group* terdiri atas tiga segmen yaitu 1) *Target group* mengetahui apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan situasi mereka; 2) *Target group* merupakan subjek dari “*culture of poverty*”; dan 3) *Target group* bahkan tidak menyadari bahwa mereka miskin. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan Kotler, segmen pasar terdiri dari kelompok pelanggan yang memiliki seperangkat keinginan yang sama (Kotler, 2005). Segmentasi pasar perlu dilakukan karena pada umumnya pasar untuk suatu produk atau jasa mempunyai banyak perbedaan terutama pada kebutuhan, keinginan dan daya beli. Dengan melakukan segmentasi pasar, perusahaan akan lebih mudah melayani berbagai kebutuhan dan keinginan pasar tersebut.

Pelanggan di sini menurut Overweel identik dengan *target group*. Identik karena *target group* sebagai kelompok masyarakat miskin juga dapat terdiri dari berbagai segmen, yang menurut Overweel terdiri dari tiga segmen. Tidak ada cara tunggal untuk mensegmentasi pasar. Pemasar harus mencoba sejumlah variabel segmentasi yang berbeda-beda, sendiri-sendiri atau bersama-sama, dengan harapan dapat menemukan cara terbaik untuk melihat struktur pasar. Pendapat Kotler ini juga dapat diadopsi untuk kepentingan pemberdayaan jika pemberdayaan diidentikkan dengan konsep pemasaran seperti yang dikemukakan Overweel. Pemasar di sini, dalam konsep ahli sosiologi bisa berbentuk *change agent*. Alasan *target group* “membeli” program pemberdayaan yang ditawarkan kepadanya merupakan faktor penting dalam menentukan program pemberdayaan yang dilakukan *change agent*. Pengetahuan dan pemahaman proses motivasi yang mendasari dan mengarahkan perilaku *target group* dalam melakukan pembelian, perlu dipelajari teori perilaku konsumen.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan selama empat bulan (Oktober 2013-Januari 2014). Mengingat dominannya obyek penelitian yang bersifat nonfisik (sosial, budaya, dan psikologis), maka jenis dan pendekatan penelitian adalah kualitatif. Subyek penelitian yang diamati peneliti adalah masyarakat yang berada di Kelurahan Guntung dan Loktuan. Kedua kelurahan ini dipilih mengingat lokasinya yang sangat berdekatan (*buffer zone*) dengan lokasi PT. PKT Bontang. Proses pengamatan dilakukan dengan memahami bahasa dan penafsiran masyarakat tentang

karakteristik mereka dari aspek ekonomi, sosial, budaya, dan psikologis.

Data yang diperlukan terdiri atas dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer berupa data persepsi dari informan penelitian, yang diterjemahkan dan diekstraksi oleh peneliti. Informan penelitian dipilih secara rekursif dari Pengurus RT di setiap lokasi penelitian. Di Kelurahan Loktuan dipilih 20 RT, dan di Kelurahan Guntung dipilih 10 RT, dengan demikian secara keseluruhan terdapat 30 RT yang menjadi informan penelitian ini.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah pengamatan, wawancara, dan dokumentasi. Hasil pengamatan, wawancara dan dokumentasi selanjutnya diolah kembali oleh peneliti berdasarkan persepsi peneliti. Teknik pengamatan yang digunakan adalah teknik pengamatan Spradley (1980), yang terdiri dari; pengamatan umum, pengamatan terfokus, dan pengamatan selektif.

Wawancara yang dilakukan adalah jenis wawancara tidak terstruktur yang sangat tergantung dari arah pembicaraan informan kunci. Pedoman wawancara adalah “prespektif emik”, yaitu salah satu pedoman wawancara yang menekankan pandangan (pendapat) atau persepsi dari informan kunci. Teknik dokumentasi digunakan untuk mendukung data yang ditemukan dalam proses pengamatan dan wawancara.

Analisis data terdiri dari komponen reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan. Empat komponen tersebut saling berinteraksi dan merupakan kegiatan siklus. Penarikan kesimpulan dilakukan peneliti dengan teknik triangulasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemetaan Masyarakat Kelurahan Loktuan dan Guntung

Loktuan dan Guntung adalah dua kelurahan yang berbatasan langsung dengan areal perusahaan PKT Bontang. Kelurahan Loktuan dan Guntung dengan luas masing-masing 358 dan 849 Hektar ini, termasuk ke dalam wilayah Kecamatan Bontang Utara Kota Bontang. Kondisi wilayahnya adalah 20 meter di atas permukaan laut, dengan curah hujan rata-rata 166 mm per tahun, didominasi dataran rendah, dengan suhu udara rata-rata 26°C. Penduduk Kelurahan Loktuan dan Guntung di Tahun 2013 menurut catatan kantor kelurahan adalah 25.653 orang atau 7.400 KK. Jumlah penduduk pria adalah 13.586 orang, dan wanita adalah 12.067 orang. Mayoritas penduduk di kedua kelurahan ini adalah beragama islam, dan etnis terbanyak adalah Bugis dan Jawa.

Karakteristik Ekonomi

Pendapatan masyarakat Kelurahan Loktuan dan Guntung, dipandang sebagian responden relatif dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sumber pencaharian utama adalah karyawan dan pedagang, serta nelayan. Sebagian masyarakat nelayan dapat beralih profesi menjadi buruh jika ada perekrutan tenaga kerja proyek dari perusahaan-perusahaan di sekitar Kelurahan Loktuan. Jika proyek berakhir, para nelayan ini kembali akan menekuni profesi nelayan. Para buruh ini biasanya mendapatkan upah harian ditambah dengan fasilitas makan setiap harinya.

Pemenuhan kebutuhan ekonomi secara individu berdasarkan rangkuman keterangan responden relatif cukup. Indikator paling menonjol adalah kepemilikan aset konsumsi seperti memiliki sepeda motor dan mobil, meskipun kepemilikan aset produktif relatif masih sedikit. Rata-rata masyarakat Loktuan juga memiliki tabungan yang biasanya diperuntukan untuk tabungan di hari tua, serta rutinitas pulang ke kampung halaman.

Karakteristik ekonomi secara komunitas menunjukkan kecenderungan disparitas yang cukup tinggi antar kelompok. Kondisi ekonomi antar penduduk lokal dan pendatang, atau antara karyawan perusahaan dan buruh dan nelayan, relatif berbeda.

Karakteristik paling menonjol dari ekonomi komunitas di Kelurahan Loktuan dan Guntung adalah kondisi struktur ekonomi yang lebih gemuk pada golongan menengah. Kemudian golongan kecil, dan kemudian baru golongan atas. Golongan menengah dicerminkan oleh karyawan dan pedagang, golongan atas dicerminkan oleh pengusaha dan PNS, dan golongan bawah dicerminkan oleh buruh dan nelayan.

Kegiatan penunjang ekonomi masyarakat, relatif tidak banyak dan tidak variatif. Hanya terdapat kelompok nelayan, punggawa sawi, dan kelompok arisan kaum perempuan yang cukup aktif kegiatannya. Kurang variatifnya kegiatan penunjang ekonomi fisik nampaknya disebabkan karena kondisi penunjang ekonomi non fisik yang juga rendah.

Pemanfaatan peluang usaha, inovasi dan kreatifitas masyarakat relatif rendah, sehingga kurang dapat memanfaatkan sumberdaya yang sebenarnya relatif cukup besar di Kelurahan Loktuan. Kondisi ini juga diperburuk dengan kurangnya perhatian aparat kecamatan dan kelurahan. Akibatnya jika masih terdapat motivasi dari dalam diri masyarakat, cenderung tidak ditindaklanjuti mengingat motivasi eksternal dipandang masyarakat hampir tidak ada.

Penunjang kegiatan ekonomi pesisir belum tersedia di Kelurahan Loktuan dan Guntung, seperti Tempat Pelelangan Ikan. Bahkan pasar sebagai sarana utama masyarakat, hanya ada pasar induk yang terletak di pusat Kelurahan Loktuan, yang sulit dijangkau oleh sebagian masyarakat di pesisir dan kepulauan sekitar Kelurahan Loktuan.

Karakteristik Sosial

Kondisi dan karakteristik sosial individu masyarakat Kelurahan Loktuan relatif cukup baik. Usia masyarakat Kelurahan Loktuan mayoritas berada pada kelompok usia produktif (40 – 50 Tahun). Rata-rata usia meninggal di kelurahan ini biasanya sekitar 60 Tahun, yang mayoritas disebabkan karena usia tua dan sakit. Jarang ditemukan orang meninggal karena sakit yang lama dan menahun.

Rata-rata usia perkawinan adalah berkisar 20 Tahun bagi perempuan, dan 25 Tahun bagi laki-laki. Meski tidak sering, namun perkawinan campur antar etnis selalu ada. Biasanya perkawinan campur lebih banyak dilakukan oleh penduduk pendatang dibanding penduduk lokal. Selain itu perkawinan campur cenderung dilakukan oleh orang-orang yang lebih berpendidikan dan domisilinya biasanya di sekitar pusat Kelurahan Loktuan. Juga domisili penduduk

di sekitar pesisir dan di kepulauan, maka perkawinan campur hampir tidak pernah terjadi.

Mayoritas agama adalah Islam dan mayoritas etnis adalah etnis Bugis dan Jawa. Pendidikan relatif cukup tinggi, karena rata-rata telah berpendidikan di atas SLTA. Namun, masih jarang lulusan SLTA di Kelurahan Loktuan dan Guntung melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi (PT), yang hanya ada di luar daerah. Lulusan SLTA yang melanjutkan ke PT biasanya adalah anak karyawan atau PNS. Sementara anak nelayan, buruh dan pedagang, rata-rata ikut membantu orang tua menekuni profesi yang sama dengan profesi orangtuanya.

Masyarakat hampir seluruhnya memanfaatkan fasilitas kesehatan di Puskesmas dan Posyandu, jika memerlukan pelayanan kesehatan. Sedikit sekali yang menggunakan misalnya jasa dukun beranak atau pelayanan alternatif non medis. Namun, kebiasaan hidup sehat relatif cukup bagus pada keluarga karyawan dan PNS. Keluarga lainnya, relatif tidak disiplin dalam kebiasaan hidup sehat. Akibatnya kondisi di sekitar perumahan karyawan lebih bersih, namun di sekitar pesisir, cenderung lebih kotor.

Kondisi dan karakteristik sosial secara komunitas cenderung semakin lemah. Meski adat istiadat dan nilai dan norma masih dipegang teguh, namun kesetiakawanan dan kegotong royongan sudah mulai diabaikan. Padahal, kesetiakawanan dan kegotong royong adalah cermin dari nilai-nilai sosial. Semakin tinggi kesetiakawanan dan kegotongroyongan di implementasikan, maka semakin besar modal sosial yang dimiliki.

Adat istiadat meski tetap dipegang teguh, namun cenderung hanya pada kelompok etnisnya. Misalnya adat Bugis pada kelompok etnis Bugis, atau adat Jawa yang hanya diimplementasikan pada kelompok etnis Jawa. Belum ditemukan adat istiadat yang merupakan hasil dari proses asimilasi antar etnis. Produk hasil proses asimilasi memang memerlukan waktu yang lebih panjang untuk wilayah yang terlalu didominasi oleh hanya satu atau dua etnis saja seperti di Kelurahan Loktuan dan Guntung ini.

Demikian pula halnya dengan nilai-nilai dan norma, juga terpolarisasi hanya pada satu nilai dan norma agama, utamanya adalah nilai dan norma Agama Islam. Nilai dan norma Agama Islam masih sangat kuat, mengingat agama ini adalah agama mayoritas di Kelurahan Loktuan dan Guntung. Nilai-nilai kebenaran dan kepatutan di Kelurahan Loktuan, dengan demikian bagian terbesarnya adalah berdasarkan nilai dan ajaran Agama Islam. Fenomena ini dapat ditemui pada berbagai kegiatan sosial, dimana prosesi kegiatan lebih banyak mengadopsi ajaran Agama Islam.

Karakteristik Budaya dan Psikologi

Acara keagamaan sangat menonjol untuk mendorong budaya masyarakat menjadi lebih baik. Beberapa faktor lain justru kurang berperan dalam membentuk budaya di Masyarakat Loktuan. Acara kekeluargaan misalnya hanya melibatkan bagian terkecil dari kelompok masyarakat.

Terpolarisasinya budaya menjadi beberapa kelompok besar berdasarkan etnis menjadi penyebab lambatnya proses asimilasi di Kelurahan Loktuan dan Guntung. Akibatnya adalah disparitas budaya menjadi cukup jelas terlihat. Orang tua dan tokoh masyarakat berpengaruh cukup

kuat dalam membentuk perilaku dan budaya masyarakat. Hal ini linear dengan etnis dan agama mayoritas yang memandang orangtua serta tokoh masyarakat (pemuka agama) sebagai pihak yang disegani.

Etos dan disiplin kerja masyarakat Kelurahan Loktuan dan Guntung sebenarnya relatif tinggi. Waktu dan target kerja biasanya menjadi prioritas untuk ditunaikan. Di samping itu usaha mencapai keinginan juga sangat kuat, sehingga terkadang menggunakan semua sumberdaya yang ada untuk mencapai keinginan. Namun, terkadang masyarakat tidak bisa membedakan antara keinginan dan kebutuhan.

Masyarakat Loktuan dan Guntung tergolong kedalam masyarakat yang memiliki hargadiri yang kuat. Pantang untuk dianggap lemah dan tidak berdaya, sehingga ingin selalu menunjukkan kemampuan. Refleksi dari kondisi psikologi ini adalah gaya hidup konsumeristik dan tabu untuk berhutang.

Keinginan untuk dihargai dan tidak dianggap lemah juga dapat tercermin dalam hierarki aktualisasi diri. Secara berurutan hierarki keinginan Masyarakat Loktuan adalah; 1) Naik Haji, 2) Jabatan, 3) Harta, 4) Pendidikan. Seseorang dianggap masyarakat sukses dan berhasil adalah jika dapat memenuhi keinginan yang urutannya paling tinggi dari hierarki keinginan.

Subsidi dan bantuan baik dari pemerintah maupun BUMN bukan dinilai dari jenis dan jumlah bantuannya, tetapi dinilai dari siapa yang memberikan bantuan itu. Hal ini terkait dengan hierarki keinginan yang menyebutkan jabatan (BUMN, PNS, Legislatif) adalah hierarki tertinggi. Mendapat bantuan dari BUMN adalah sebuah kebanggaan karena dianggap dihargai. Sebaliknya tidak mendapatkan bantuan BUMN adalah sebuah "penghinaan" karena merasa tidak dianggap dan dihargai. Kondisi ini terlihat jelas, disaat masyarakat nelayan bekerja pada proyek-proyek pembangunan di BUMN. Meskipun upah yang diterima lebih rendah dibanding hasil melaut, namun tetap pekerjaan itu dipilih. Ada kebanggaan saat bekerja pada proyek BUMN. Kebanggaan itu menjadi topik pembicaraan saat yang bersangkutan berinteraksi dengan masyarakat lainnya di waktu senggang.

Masyarakat Miskin Kelurahan Loktuan

Masyarakat miskin di Kelurahan Loktuan ditandai dengan tingkat kesejahteraan yang berada pada kelompok 10-20% terendah, usia 41-50 Tahun, dan status kepemilikan rumah kontrak/sewa. Sedangkan masyarakat hampir tidak miskin di Kelurahan Loktuan adalah tingkat kesejahteraan berada pada kelompok 21-30% terendah, usia 41-50 Tahun, dan status kepemilikan rumah milik sendiri.

Masyarakat sangat miskin di Kelurahan Loktuan mayoritas berada di Jalan RE Martadinata, Jalan Kapal Layar, Jalan Kapal Pinisi, dan Jalan Rawa-rawa. Sementara itu, masyarakat miskin mayoritas berada di Jalan RE Martadinata, Jalan Kapal Pinisi, Jalan Kapal Layar, dan Jalan Kapal Tangker. Berikutnya, masyarakat hampir tidak miskin mayoritas di Jalan RE Martadinata, Jalan Kapal Layar, Jalan Kapal Pinisi, dan Jalan Kapal Selam.

Masyarakat Miskin Kelurahan Guntung

Masyarakat sangat miskin di Kelurahan Guntung bercirikan tingkat kesejahteraan berada pada kelompok

di bawah 10% terendah, usia 41-50 Tahun, dan status pekerjaan pekerja bebas. Masyarakat miskin di Kelurahan Guntung adalah tingkat kesejahteraan berada pada kelompok 10-20% terendah, usia 41-50 Tahun, dan status pekerjaan adalah berusaha sendiri. Sedangkan masyarakat hampir tidak miskin di Kelurahan Guntung adalah tingkat kesejahteraan berada pada kelompok 21-30% terendah, usia 31-40 Tahun, dan status pekerjaan berusaha sendiri.

Kantong kemiskinan dengan kategori sangat miskin dan miskin mayoritas berada di Jalan Tari Jepen, Tari Gentar, dan Pulau Gusung. Sementara masyarakat hampir tidak miskin mayoritas berdomisili di Tari Jepen, Tari Gentar, dan Tari Enggang.

Mengacu pada karakteristik masyarakat berdasarkan kondisi ekonomi, sosial, budaya dan proskologis, dapat dipetakan tipe masyarakat Kelurahan Loktuan dan Guntung yang menjadi sasaran (*target group*) CSR PT. PKT, yaitu:

- 1) Masyarakat yang cenderung tergolong ke dalam Tipe I adalah masyarakat yang;
 - a) Berprofesi Karyawan dan PNS,
 - b) Berdomisili di komplek perumahan karyawan atau perumahan umum
 - c) Mayoritas masyarakat pendatang
- 2) Masyarakat yang cenderung tergolong ke dalam Tipe II adalah masyarakat yang;
 - a) Bermatapencaharian pengusaha dan pedagang
 - b) Berdomisili di tempat usaha atau pusat-pusat keramaian
 - c) Campuran masyarakat lokal dan pendatang
- 3) Masyarakat yang cenderung tergolong ke dalam Tipe III adalah masyarakat yang;
 - a) Bermatapencaharian nelayan, tani, dan buruh.
 - b) Beromisili di pesisir dan mengelompok berdasarkan etnis
 - c) Mayoritas masyarakat lokal

Sasaran, Jenis dan Pendekatan Program CSR PKT

Sekilas tentang CSR PKT

Beberapa poin penting dalam desain program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pupuk Kaltim Tahun 2011-2016, adalah tentang substansi, Visi dan Misi, serta Payung Program CSR. CSR secara substansi adalah, cara pandang perusahaan tentang keseimbangan antara visi sosial, untuk peduli dengan masyarakat dan lingkungan sekitarnya, dan visi operasional untuk mencapai keuntungan (*profit*) yang maksimal dan menjamin kepuasan konsumen (Desain Program CSR PT. Pupuk Kaltim 2011-2016).

Visi CSR PT. Pupuk Kaltim adalah: "*Terwujudnya harmoni perusahaan dan masyarakat menuju peningkatan kesejahteraan dan kemandirian yang berkelanjutan*". Pencapaian visi ini, selanjutnya akan dicapai melalui pelaksanaan Misi CSR PT. PKT, yaitu: (1) Mewujudkan keserasian lingkungan hidup secara berkelanjutan. (2) Memberdayakan potensi sumberdaya menuju peningkatan kualitas hidup dan kemandirian masyarakat. (3) Meningkatkan citra positif perusahaan di kalangan stakeholders. (4) Membangun sinergiperusahaan dengan stakeholders untuk keberlanjutan operasional perusahaan (Desain Program CSR PT. Pupuk Kaltim, 2011-2016).

Pencapaian Visi dan implementasi Misi CSR PKT diarahkan pada program pokok yang senantiasa menjadi payung program yaitu Pilar Program yang terdiri dari: (1) membangun kapital manusia; (2) penguatan ekonomi; (3) pengembangan sinergi dan kemitraan; (4) penguatan tatakelola organisasi; (5) pengelolaan lingkungan berkelanjutan, dan (6) peningkatan komunikasi publik.

Sasaran Program CSR PKT

Sasaran CSR PT PKT idealnya adalah Masyarakat Tipe III. Pertimbangan pengambilan sasaran program CSR PKT yang fokus kepada masyarakat Tipe III, adalah:

- a) Keseluruhan masyarakat telah menjadi tanggung jawab dan kewajiban Pemkot Bontang, sehingga CSR PKT hanya mengambil sebagian saja dari seluruh sasaran masyarakat yang dimungkinkan.
- b) Jenis dan bentuk program pembangunan pemerintah sulit dikreasi untuk melayani kebutuhan program masyarakat Tipe III.
- c) Masyarakat Tipe III adalah golongan masyarakat yang paling mendesak untuk ditangani, namun paling jarang disentuh oleh pemerintah.
- d) Pencapaian sebagian visi CSR PKT, yaitu; “kemandirian yang berkelanjutan” menjadi lebih besar kemungkinan tercapainya, mengingat masyarakat Tipe III inilah yang paling rendah tingkat kemandiriannya.

Masyarakat Tipe III, selanjutnya dikelompokkan kembali menjadi; sangat miskin, miskin dan hampir tidak miskin. Di antara tiga kelompok masyarakat miskin (Tipe III) ini, kembali program CSR PKT lebih difokuskan pada kelompok masyarakat sangat miskin dan miskin. Sementara pada kelompok masyarakat hampir tidak miskin, sebaiknya diarahkan untuk ditangani Pemkot Bontang.

Jenis Program CSR PKT

Idealnya jenis program yang dibuat adalah program yang dominan dilakukan oleh program nonfisik. Karena jenis program nonfisik inilah yang paling dibutuhkan oleh kelompok Masyarakat Tipe III. Minimal jenis program yang dibuat adalah jenis program gabungan (mix). Program Mix adalah jenis program nonfisik yang disertai dengan dukungan program fisik. Dengan demikian masih tetap dimungkinkan bagi CSR PKT untuk tetap membuat program fisik, namun tujuannya untuk mendukung program nonfisik.

Mengacu kepada payung (pilar) program yang telah ditetapkan pada desain program CSR PKT 2011-2016, tercatat terdapat 153 program. Dari ke 153 program tersebut, jika digolongkan terdapat 79 program nonfisik (51.63%), 46 program fisik (30.07%), dan 28 program mix (18.3%).

Pengelompokkan program CSR ini, arah pelaksanaan program CSR PKT secara kuantitas sudah benar. Kesimpulan ini diambil melihat dominasi program telah berupa program nonfisik, jika dibanding program fisik maupun program mix. Meskipun demikian, dominasi program nonfisik sebaiknya diperbesar melalui berbagai kreasi program, minimal adalah program mix.

Dominasi program nonfisik, idealnya juga memperhatikan jumlah dana yang disalurkan untuk itu.

Jika anggaran yang digunakan untuk melaksanakan 79 program nonfisik lebih besar dari pada penyelenggaraan 46 program fisik, maka jenis program CSR PKT telah sesuai dengan sasaran. Jika sebaliknya, maka jenis program ini patut ditelusuri lebih jauh. Apakah program nonfisik konsisten dengan sasaran masyarakat Tipe III atau tidak. Jika konsisten, maka antara jenis dengan sasaran program telah sesuai. Sebaliknya, jika tidak konsisten, maka komitmen untuk menentukan sasaran harus ditinjau ulang.

Pendekatan Program CSR PKT

Pendekatan program pada umumnya terdiri atas tiga kelompok besar, yaitu pendekatan personal, kelompok, dan komunitas. Pendekatan personal (Mikro) adalah pendekatan yang memungkinkan perusahaan (*change agent*) untuk berinteraksi langsung dengan sasaran program (*target group*). Pendekatan kelompok (Mezo) adalah pendekatan yang masih memungkinkan interaksi antara perusahaan dengan sasaran, namun dengan intensitas yang terbatas. Pendekatan komunitas (Makro) adalah pendekatan yang tidak memerlukan hubungan interaksi antara perusahaan dengan sasaran.

Mengacu kepada tiga pendekatan program ini, maka idealnya pendekatan CSR PKT adalah pendekatan yang didominasi oleh pendekatan personal dan pendekatan kelompok. Beberapa pertimbangan penggunaan kedua pendekatan program ini adalah:

- a) Visi CSR PKT adalah Harmonisasi dan Kemandirian.
- b) Sasaran program CSR PKT adalah mayoritas masyarakat Tipe III, yang paling rendah tingkat kemandiriannya.
- c) Meski harmonisasi juga menjadi Visi CSR PKT, namun potensi konflik besar terjadi pada masyarakat Tipe I, yang sudah banyak ditangani oleh Pemkot Bontang dengan program fisiknya.
- d) Jenis program CSR PKT lebih banyak didominasi oleh program nonfisik.

Masyarakat Tipe III adalah sasaran CSR PKT yang mendesak untuk segera ditangani. Mengingat karakteristik masyarakat Tipe III yang sangat rendah kemandiriannya, maka program yang diperlukan adalah program yang banyak didominasi oleh program nonfisik. Program nonfisik dapat dapat dilaksanakan dengan efektif jika dilakukan dengan pendekatan personal atau pendekatan kelompok.

Mengacu pada hasil pemetaan dan deskripsi program yang telah dilakukan CSR PKT, maka dapat dikatakan bahwa program CSR PKT masih belum serasi dengan jenis program, sasaran dan pendekatannya. Penyebab tidak konsistennya program dengan sasaran dan pendekatan CSR disebabkan karena pemetaan masyarakat sasaran belum dilakukan oleh CSR PKT.

Penentuan sasaran, jenis dan pendekatan program, dapat menunjukkan arah dalam pelaksanaan CSR PKT. Selain itu dapat memberikan peluang program CSR bersinergi dengan program pembangunan Pemerintah kota Bontang. Tumpang tindih program, duplikasi sasaran program, dan ketidaktepatan antara sasaran, jenis dan pendekatan, probabilitasnya akan menjadi lebih kecil.

SIMPULAN

Program CSR PKT masih belum digagas secara serasi dengan sasaran dan pendekatan program. Konsistensi antara jenis program dengan sasaran dan pendekatan yang digunakan, menjadi titik lemah program. Penyebabnya adalah pemetaan masyarakat sebagai dasar penentuan jenis program, sasaran, dan pendekatan yang digunakan masih belum dilakukan.

Masyarakat Kelurahan Loktuan dan Guntung dapat dikluster menjadi tiga tipe, yaitu; Masyarakat tipe I yang bercirikan karyawan dan PNS, berdomisili di perumahan karyawan dan perumahan umum, dan mayoritas masyarakat pendatang. Masyarakat tipe II yang bercirikan pedagang dan pengusaha, berdomisili di tempat usaha dan pusat keramaian, dan campuran masyarakat lokal dan pendatang. Masyarakat tipe III yang bercirikan nelayan, petani dan buruh, berdomisili di pesisir dan mengelompok berdasarkan etnis, dan mayoritas masyarakat lokal.

Masyarakat Tipe III merupakan sasaran CSR PT. PKT yang mendesak untuk segera ditangani. Mengingat karakteristik masyarakat Tipe III yang sangat rendah kemandiriannya, maka program yang diperlukan adalah program yang banyak didominasi oleh program nonfisik. Program nonfisik dapat dilaksanakan dengan efektif jika dilakukan dengan pendekatan personal atau pendekatan kelompok. Memfokuskan kegiatan dan program CSR pada kelompok masyarakat tipe III ini, memberikan peluang keberhasilan yang lebih besar sekaligus dapat bersinergi dengan program pembangunan fisik yang dilaksanakan Pemerintah Kota Bontang. Dengan demikian probabilitas terjadinya tumpang tindih program, duplikasi program dan ketidaktepatan sasaran, jenis dan pendekatan antara program CSR PT. PKT dan Pemerintah Kota Bontang akan menjadi lebih kecil.

Rekomendasi

Salah satu tujuan perusahaan dalam melaksanakan program CSR adalah meningkatkan citra positif melalui hubungan harmonis antara perusahaan dan masyarakat. Citra positif ini dapat dicapai baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Hasil penelitian mengarah pada poin penting dimana dalam melaksanakan kegiatan/program CSR, PT. PKT selaku pihak perencana dan pelaksana program seyogyanya mempertimbangkan karakteristik masyarakat sasaran CSR. Karakteristik masyarakat dapat menunjukkan arah untuk dapat mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan masyarakat.

Pilihan program CSR yang bertujuan meningkatkan citra perusahaan dalam jangka pendek biasanya identik dengan kegiatan yang didasarkan pada keinginan masyarakat. Bukan hal yang buruk, tetapi konsekuensinya perusahaan akan membuat masyarakat merasa tergantung pada bantuan sehingga jika tujuan perusahaan adalah

untuk meningkatkan kemandirian masyarakat maka hal tersebut akan sulit tercapai. Lain halnya jika program-program dalam CSR perusahaan didasarkan pada kebutuhan masyarakat. Hal tersebut akan memberikan dampak positif terhadap tingkat kemandirian karena berarti perusahaan, melalui program CSR, memberikan dorongan dan fasilitas untuk meningkatkan kemampuan mereka untuk menaikkan derajat kehidupan mereka sendiri. Satu-satunya masalah adalah jika program CSR perusahaan hanya *concern* pada peningkatan kemandirian masyarakat maka hal ini akan menjadi bumerang pada citra positif perusahaan dalam jangka pendek.

DAFTAR PUSTAKA

- Bates, P. 2011. Taking a Lead in Promoting Choice, Control and Valued Opportunities for Socially Excluded and Vulnerable People. National Development Team for Inclusion, United Kingdom. Sumber: <http://www.iriss.org.uk/resources/taking-lead-promoting-choice-control-and-valuedopportunities-socially-excluded-and-vulner>
- Gani, Irwan., 2010. Permasalahan Pemberdayaan Masyarakat Wilayah Pesisir (Studi Kasus di Kecamatan Anggana Kabupaten Kutai Kartanegara). Disertasi. Ilmu Ekonomi, Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Geertz C., 1973. The Interpretation of Culture, New York : Basic Books
- McMurtry, SL., et al. 1993. Strategic Choices Made by Nonprofit Agencies Serving Low-Paying Clients. Community Organization and Social Administration: Advances, Trends and Emerging Principles. New York: Haworth Press
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen pemasaran, (Edisi kesebelas). PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Overweel, Jeroen A. 2008. The Marind in A Changing Environment. Irian Jaya: YAPSEL. Indonesia.
- PT. Pupuk Kaltim., 2011. Desain Program CSR PT. Pupuk Kaltim 2011-2016.
- Roaf, Virginia. 2005. Community Mapping: A Tool for Community Organizing. London: Water Aid, <http://www.wateraid.org/~media/Publications/community-mapping-programme-partner-guidelines.pdf>
- Spradley, James P., (1980) Participant Observation, New York—Chicago—London: Holt, Reinhart, and Winston.
- Warren, Roland L. 1978. The Community in America, 3ed. Chicago: Rand McNally.
- Wronka, J. 2008. Human Right and Social Justice: Social Action and Services for the Helping and Health professions. Thousand Oaks, California: Sage Publication