

## **BAB II**

### **IDENTIFIKASI KEBIJAKAN PERUSAHAAN TERHADAP PROGRAM *COMMUNITY DEVELOPMENT* DAN PROFIL DESA PUSERJAYA**

#### **A. Pengantar**

Bab ini menjelaskan kebijakan perusahaan terhadap program *community development* dan identifikasi masalah sosial di Desa Puserjaya, yang melatarbelakangi perusahaan dalam melaksanakan program *comdev*. Adapun kajian yang menjadi pembahasan dalam bab ini mencakup beberapa hal yaitu *pertama*, profil PT. T yang mencakup konteks historis implementasi program *Comdev* di Desa Puserjaya, filosofi perusahaan dan batasan area implementasi program *comdev*. Pembahasan kedua dalam bab ini mengenai profil Desa Puserjaya yang mencakup kondisi geografis Desa Puserjaya, kondisi demografis, dan struktur sosial ekonomi masyarakat Desa Puserjaya.

Implementasi program *Comdev* PT. T tidak bisa dilepaskan dari permasalahan sosial yang ada di Desa Puserjaya. Secara umum, terdapat tiga isu besar yang dituntut oleh komunitas lokal Desa Puserjaya, yang menginginkan agar perusahaan lebih intensif melaksanakan program *comdev*. Ketiga isu tersebut yaitu masalah pendidikan dan ketenagakerjaan, yang mencakup tidak terserapnya tenaga kerja lokal ke dalam industri, masalah sosial, dan program *comdev* yang berkesinambungan.

## **B. Gambaran Umum Perusahaan (*Company Profile*)**

### **1. Sejarah PT. T.**

PT. T merupakan perusahaan joint venture antara PT. TMC dengan PT. TAM. Pada awal berdirinya, PT. T memiliki saham sebesar 51% yang dipegang oleh PT. AI Tbk., sedangkan 49% dipegang oleh TMC. Namun, karena terjadi perubahan komposisi saham perusahaan, pada tanggal 1 Agustus 2003 PT. AI Tbk. hanya memiliki 5% saham dan TMC memiliki saham sebesar 95%. PT. TAM kemudian berpisah menjadi dua perusahaan, yaitu TMC menjadi PT. T yang dikuasai oleh Jepang dan PT. TAM yang dikuasai oleh Astra.

### **2. Filosofi Perusahaan PT. T**

PT. T, memiliki satu visi yang jelas serta sebagai pedoman bagi eksistensi perusahaan. Visi tersebut tercantum dalam *Company Profile* PT. T yaitu, “*Leader Automotive Industry in South East Asia*”.<sup>15</sup> Menjadikan fasilitas menjadi yang terbaik guna menghasilkan produk unggulan adalah filosofi utama PT. T. Lima dasar filosofi organisasi perusahaan yang hingga kini dipegang dan dijalankan, yaitu sebagai berikut:

- (a) *Leadership In Indonesia Automotive Industri*
- (b) *Emphasize Customer Satisfaction*
- (c) *Contribution to Development of Indonesia Economy and Society*

---

<sup>15</sup> Dokumen PT. T. (*Company Profile* PT. T), hal. 10.

*(d) Increase of Property Throught Mutual Trust Among Employes, Suppliers.*

*(e) Serve For Good Life People by Devoding Attention to and Dealer.*

Dari kelima filosofi organisasi perusahaan di atas, pada poin C yang tertulis "*Contribution to Development of Indonesia Economy and Society*" memperlihatkan jika sejak awal kehadirannya di industri otomotif Indonesia, PT. T sudah berkomitmen untuk bersama-sama, maju dan berkembang bersama masyarakat. Filosofi tersebut memiliki makna jika fokus tujuan perusahaan untuk berinvestasi di Indonesia tidak hanya berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi negara, tetapi juga turut berkontribusi dalam peningkatan ekonomi masyarakat sekitar perusahaan, baik melalui penyerapan tenaga kerja maupun penciptaan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui program *comdev*.

Bentuk nyata kepedulian PT. T terhadap masyarakat memang telah dibuktikan dengan dilaksanakannya program sosial perusahaan di Desa Puserjaya melalui *Departemen Community Development*, yang sudah dimulai sejak tahun 1989 dan berfokus kepada pemberdayaan masyarakat (Ring I) di sekitar perusahaan. Harus diakui meskipun tujuan utama dari filosofi tersebut adalah untuk menjaga kelangsungan aktivitas produksi perusahaan, dan untuk membangun relasi dengan komunitas lokal Desa Puserjaya, namun dengan menganut prinsip "*growing together with community*", setidaknya perusahaan sudah menunjukkan jika perusahaan ingin bersama-sama berkembang bersama melalui implementasi program *comdev*.

## **C. Profil *Community Development* PT. T**

### **1. Konteks Historis Pelaksanaan *Community Development***

Aktivitas sosial perusahaan sudah dijalankan oleh PT. T sejak tahun 1989. Kegiatan sosial perusahaan pada periode tersebut, dijalankan sepenuhnya oleh *Departement Public Relation*. Perkembangan program *Comdev* PT. T mengalami berbagai macam dinamika perubahan, dengan menyesuaikan perkembangan masyarakat di sekitar perusahaan. Perubahan tersebut dapat dilihat dari beberapa periode. Pada periode tahun 1989-1999, program *comdev* sepenuhnya bersifat *philantrophy* dan sasaran program lebih condong ke pemerintah setempat. Pada masa reformasi terjadi perubahan besar, terutama semakin menguatnya posisi tawar karang taruna sebagai organisasi kepemudaaan di Desa Puserjaya. Menguatnya posisi tawar tersebut ditandai dengan adanya dukungan dari organisasi lain seperti Karang Taruna Telukjambe dan beberapa LSM yang berafiliasi dengan karang taruna. Adapun konteks historis pelaksanaan *Comdev* PT. T dapat dilihat pada tabel 2.1 dibawah ini.

Tabel 2.1.

Konteks Historis Pelaksanaan *Community Development* PT. T

No.	Periode	Jenis Kegiatan	Tujuan Kegiatan	Sasaran Kegiatan
1	1989-1993	Kegiatan masih bersifat <i>Sponsorship</i> (bantuan kegiatan Pemda).	<i>Community Relation</i>	<i>Government Stakeholder</i>
2	1993-1999	<i>Sponsorship</i> kegiatan pemerintahan (program-program nasional)	<i>Community Relation</i>	<i>Government Stakeholder</i>
3	1999-2004	<i>Sponsorship</i> kegiatan pemerintahan (program-program nasional)	<i>-Community Relation</i>	<i>Government Stakeholder</i>
4	2005-2009	Kegiatan <i>comdev</i> sudah mulai memfokuskan kepada <i>Community Stakeholder</i> dalam program <i>comdev</i>	<i>-Community Empowerment</i> <i>-Pencitraan</i> <i>-Meredam aksi</i>	<i>-Community Stakeholder</i> <i>-Government Stakeholder</i>
5	2010-2013	Kegiatan <i>comdev</i> semakin diarahkan ke komunitas yang memiliki <i>power</i> untuk menekan perusahaan	<i>-Pencitraan</i> <i>-Meredam aksi</i>	<i>-Community Stakeholder</i> <i>-Government Stakeholder</i>

Sumber: Diolah dari Dokumen *History Community Development* PT. T. Tahun 2011-2012

Tabel 2.1. di atas menunjukkan jika pelaksanaan *comdev* yang dilakukan oleh PT. T mengalami dinamika dalam setiap periode. **Periode 1989 sampai 1999** kegiatan *comdev* hanya bersifat *sponsorship*, dalam arti kegiatan sosial perusahaan berupa dukungan terhadap program-program sosial pemerintahan, tanpa melibatkan komunitas secara langsung dalam program *comdev*. Dapat disimpulkan jika kegiatan *comdev* pada periode tersebut dimaksudkan untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan pemerintah, mengingat posisi pemerintah pada waktu itu memang sangat kuat dan posisi komunitas terhadap perusahaan masih sangat lemah karena dikontrol oleh pemerintah pusat.

**Periode 2005 sampai sekarang,** kegiatan *comdev* sudah mulai melibatkan *community stakeholder* (Karang Taruna Desa Puserjaya dan Karang Taruna Kecamatan Telukjambe). Bahkan pada periode ini, perusahaan juga memperhatikan keberadaan dari kelompok kepentingan yang berada di Desa Puserjaya, seperti LSM Gibas dan LSM Brigez. Program *comdev* pada periode tersebut lebih ditujukan untuk menghindari konflik yang terjadi antara komunitas lokal dengan perusahaan. Pada periode ini perusahaan dengan serius melakukan pemetaan sosial untuk memetakan keberadaan komunitas di lingkungan sekitarnya. Selain itu, pada periode ini juga dianalisis derajat kepentingan (*need assessment*) dari masing-masing kelompok serta memperhitungkan dampak negatif jika tuntutan dari komunitas tidak terpenuhi. Program *comdev* pada periode ini dikembangkan menjadi tiga program utama yaitu program pendidikan dan ketenagakerjaan, pemberdayaan masyarakat, dan sosial.

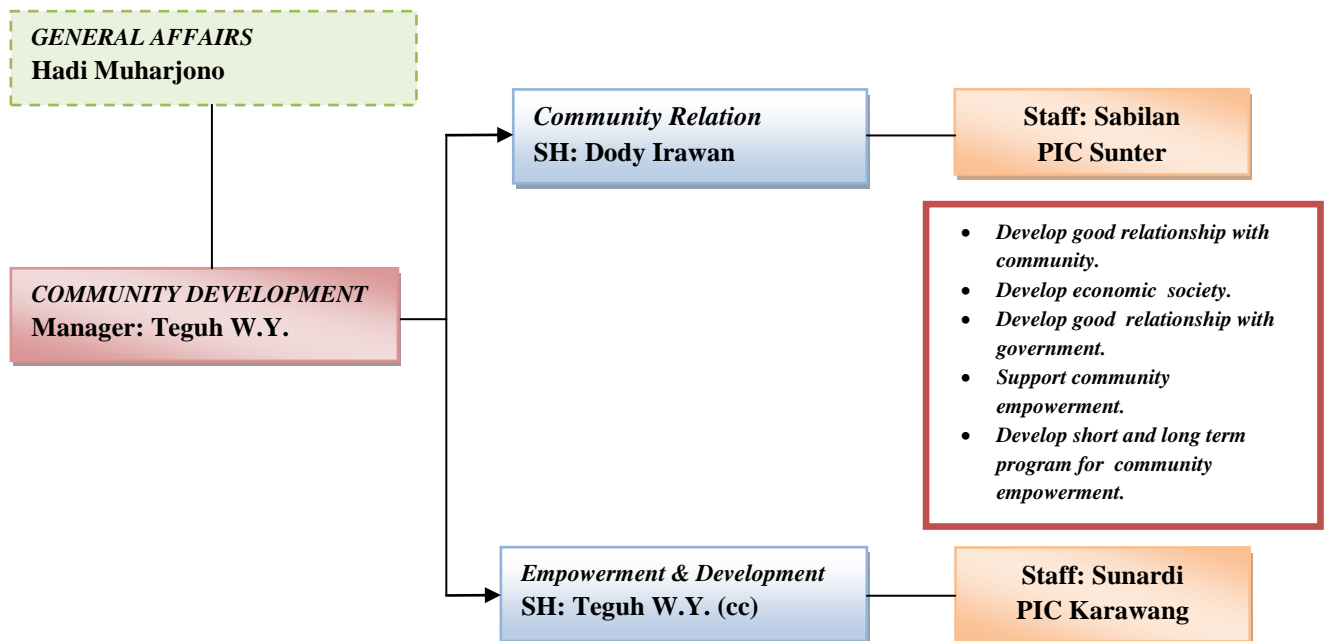
## **2. Struktur Organisasi *Community Development* PT. T**

*Community Development* PT. T dibentuk pada tahun 2005. Secara historis, aktivitas sosial perusahaan sudah dijalankan sejak tahun 1989, dimana pada periode tersebut kegiatan sosial perusahaan dijalankan sepenuhnya oleh Divisi *Public Relation*. Mengingat menjaga relasi sosial dengan *community* menjadi hal penting, maka pada tahun 2005 seksi *Community Development* dibentuk. Menguatnya tuntutan dari komunitas lokal, terutama dari Karang Taruna yang berafiliasi dengan LSM, serta adanya UU No. 40 Tahun 2007 yang mengharuskan perusahaan melaksanakan aktivitas sosial, maka pada tahun 2011 *Community Development* menjadi sebuah

departemen dengan tugas untuk membentuk citra yang baik di mata masyarakat sekitar perusahaan. Hal terpenting dari fungsi *community development* yaitu menjalin relasi korporasi yang harmonis dengan komunitas di sekitar Ring I perusahaan dan pemerintah setempat. Sejak tahun 2005 sampai saat ini, aktivitas *comdev* menjadi hal yang tidak bisa dipisahkan dari aktivitas produksi perusahaan. *Departement Community Development* merupakan ujung tombak PT. T dalam menjalin hubungan harmonis dengan masyarakat sekitar perusahaan, dalam mencapai *image* positif di masyarakat.

### Skema 2.1.

#### Struktur Organisasi *Community Development* PT. T.<sup>16</sup>



Sumber: Arsip *Community Development* PT. T. Tahun 2011-2012

<sup>16</sup> Struktur Organisasi PT. T Indonesia, *Departement Community Development*, Tahun 2012.

Sebagai pihak pelaksana, *Department Community Development* PT. T terdiri dari dua orang staff. Satu orang staff menangani pelaksanaan kegiatan di daerah Sunter I dan II. Sedangkan satu orang staff yang lain memiliki tugas dan tanggung jawab di daerah Karawang. PT. T sangat menyadari bahwa dengan beraneka ragam komunikasi maka pendekatan yang dilakukan kepada komunitas berbeda-beda. Adapun pendekatan atau pembinaan yang dilakukan berdasarkan ring komunitas. Konsep pembinaan *Community Development* yaitu menciptakan citra positif sebagai bagian dari warga masyarakat yang baik, komunikatif, aspiratif, dan memiliki rasa tanggung jawab sosial yang besar dengan PT. T. Secara umum, *community development* dapat dilaksanakan baik secara internal maupun eksternal yaitu sebagai berikut:

**(1) Internal:**

- (a) Responsif memberikan umpan balik atas isu yang berpotensi menjadi sebuah problema hubungan antara karyawan, maupun antara karyawan dengan perusahaan.
- (b) Perusahaan sebisa mungkin memenuhi kebutuhan (bukan hanya keinginan) karyawan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan, karyawan, dan keamanan karyawan.
- (c) Membentuk media komunikasi dua arah antara karyawan dan perusahaan secara rutin dan konsisten.



**(2) Eksternal:**

- (a) Menumbuhkan dan memberdayakan kelompok usaha masyarakat di sekitar agar usaha tersebut semakin maju.
- (b) Menjalin hubungan baik dengan tokoh-tokoh agama, masyarakat, pemuda, RT, RW, LSM serta wartawan dalam rangka mengkomunikasikan tentang masalah perusahaan dan program kemasyarakatan.
- (c) Memahami secara pasti kondisi lingkungan perusahaan menyangkut struktur masyarakat, kultur dan budayanya dan sebagainya dapat menentukan bentuk bantuan yang diperlukan oleh masyarakat dan komunitas setempat.

**D. Profil Program *Community Development* PT. T.****1. Sosial Kemasyarakatan**

Program Sosial Kemasyarakatan merupakan bentuk kepedulian perusahaan di bidang sosial. Program ini dijalankan, dengan dilatarbelakangi oleh minimnya bantuan-bantuan sosial di Desa Puserjaya. Program sosial kemasyarakatan sudah diimplementasikan oleh perusahaan, sejak PT. T memulai aktivitas sosial perusahaan. Program ini cenderung bersifat *philantrophy* dan merupakan aktivitas rutin perusahaan terhadap masyarakat. Beberapa program sosial kemasyarakatan yang telah dijalankan oleh PT. T antara lain: Bantuan Idul Fitri dan Idul Adha, Perayaan Hari Kemerdekaan RI, dan lain sebagainya. Program sosial kemasyarakatan ini sudah dijalankan oleh perusahaan sejak tahun 1989, dimana pada periode tersebut kegiatan tersebut dijalankan oleh *Public Relation* (PR).

## **2. Program Kesehatan Masyarakat**

Program kesehatan masyarakat merupakan bentuk kepedulian perusahaan di bidang kesehatan masyarakat. Program ini dijalankan, dengan dilatarbelakangi oleh masih minimnya bantuan dari pemerintah setempat di bidang kesehatan. Selain itu masih banyaknya masyarakat Desa Puserjaya yang mengalami gangguan kesehatan (terutama balita), juga merupakan alasan perusahaan mengimplementasikan program ini. Dalam pelaksanaannya, *Comdev* PT. T bekerjasama dengan Dinas Kesehatan Kabupaten Karawang dan Puskesmas Telukjambe Timur. Beberapa program kesehatan masyarakat yang telah dijalankan antara lain: Bantuan Posyandu seperti pemberian makanan tambahan, renovasi posyandu, pendidikan kader posyandu, dan lain-lain. Program kesehatan masyarakat ini baru dilaksanakan oleh perusahaan pada tahun 2008 sebagai bentuk upaya perusahaan untuk memperluas kegiatan *comdev* di Desa Puserjaya.

## **3. Program Pendidikan dan Ketenagakerjaan**

Program pendidikan merupakan bentuk kepedulian perusahaan di bidang pendidikan. Program ini dijalankan dengan dilatarbelakangi oleh konsentrasi perusahaan terhadap kualitas SDM lokal. Masih banyaknya tenaga kerja lokal yang tidak terserap ke perusahaan, serta tidak sinkronnya dunia pendidikan dengan dunia industri, juga merupakan alasan diadakannya program pendidikan. Beberapa program pendidikan yang dijalankan oleh PT. T antara lain: Pemberian Beasiswa, membuat program “*Link and Match*” dengan 19 SMK di Kabupaten Karawang, serta

mendirikan lembaga kerja di *community* (Desa Puserjaya). Program pendidikan ini mulai dilaksanakan oleh perusahaan pada tahun 2005.

#### **4. Pemberdayaan (*Income Generating Activity*)**

Program pemberdayaan merupakan bentuk kepedulian perusahaan di bidang pemberdayaan masyarakat. Program ini dijalankan dan dilatarbelakangi oleh tingkat pengangguran yang masih tinggi di komunitas. Program pemberdayaan menjadi program unggulan perusahaan, karena tujuan dari program ini yaitu untuk membuat lapangan kerja bagi pemuda atau masyarakat yang masih belum memiliki pekerjaan. Beberapa program pemberdayaan yang dijalankan oleh PT. T antara lain: Usaha Bengkel Motor, Usaha Catering, Usaha Steam Motor, dan Usaha Salon Helm. Program pemberdayaan masyarakat ini mulai dijalankan oleh perusahaan sejak tahun 2005, dengan dilatarbelakangi oleh keinginan dari komunitas lokal Desa Puserjaya (Karang Taruna) yang menginginkan agar perusahaan melaksanakan program *comdev* yang berkesinambungan.

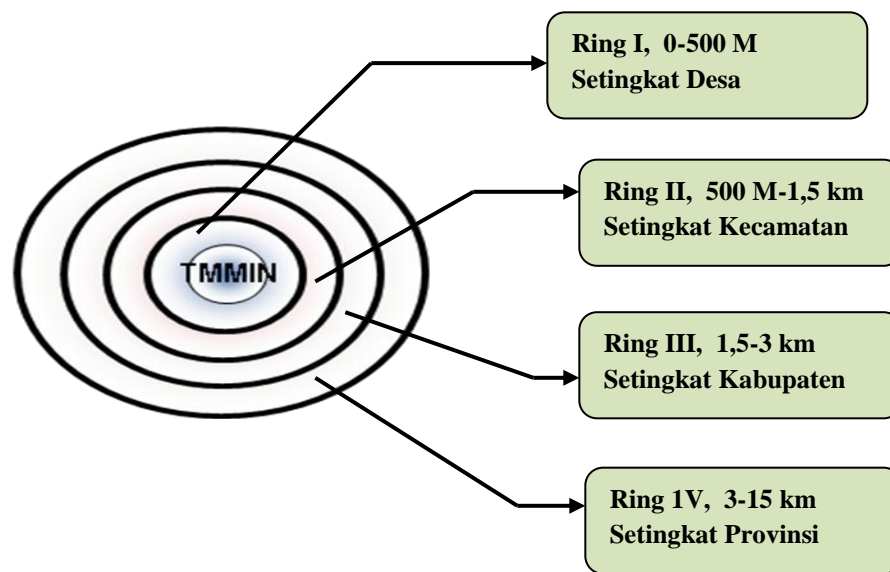
#### **E. Batasan Area Implementasi Program *Community Development* PT. T.**

Secara umum, area implementasi program *Community Development* PT. T terbagi atas empat Ring, yaitu Ring I, Ring II, Ring III, dan Ring IV. Implementasi program *comdev* hanya sampai dilaksanakan pada Ring III, dimana Ring I merupakan sasaran utama implementasi program, sedangkan Ring II dan Ring III lebih dititikberatkan kepada usaha untuk menjalin hubungan dengan pemerintah, dan komunitas setempat, baik di tingkat kecamatan (Camat) maupun di tingkat kabupaten

(Bupati). Pemetaan area tersebut dilakukan agar program-program *comdev* tepat sasaran dan diusahakan sebisa mungkin untuk mendahulukan kepentingan komunitas yang berada di sekitar Ring I dan Ring II Perusahaan. Ring I merupakan wilayah yang paling dekat dengan lokasi perusahaan. Jarak antara perusahaan dengan lokasi yang berada di sekitar Ring I yaitu 0-500 m. Ring I merupakan sasaran pokok aktivitas sosial perusahaan.

**Skema 2.2.**

**Area Program Implementasi *Community Development* PT. T.**



Sumber: Arsip *Community Development* PT. T. Tahun 2010-2011

Hal ini dilakukan mengingat wilayah Ring I paling banyak menerima dampak langsung dari perusahaan. Dilihat dari kondisi geografis, PT. T dekat dengan dua desa yaitu Desa Sirnabaya dan Desa Puserjaya. Seluruh program *comdev* diimplementasikan di kedua desa tersebut. Ring II merupakan wilayah yang masih

didukung oleh kegiatan *comdev*, namun kegiatan sosial perusahaan di Ring II lebih menitikberatkan untuk menjalin hubungan dengan pemerintah (dalam hal ini Kecamatan Telukjambe Timur). Implementasi program di wilayah ini hanya bersifat *philantrophy* atau bersifat *sponsorship* acara kecamatan. Salah satu program yang diselenggarakan di Ring II yaitu PT. T berkolaborasi dengan Puskesmas Kecamatan Telukjambe Timur yaitu program kesehatan, seperti posyandu. Selain itu, untuk menjaga relasi dengan pemerintah setempat (Kecamatan Telukjambe) PT. T selalu mendukung setiap *event*.

Selain itu, Camat Telukjambe juga turut diundang saat peresmian program *comdev*, baik di Desa Puserjaya maupun di Desa Sirnabaya. Meskipun batasan area program *comdev* hanya dilakukan di sekitar Ring I perusahaan, namun *Comdev* PT. T tetap melibatkan instansi-instansi terkait seperti Kecamatan dan Pemkab Karawang untuk memperlancar program *comdev* baik yang bersifat *community relation*, maupun yang bersifat *community empowerment*. Sama halnya dengan Ring II, penerapan program di Ring III perusahaan juga ditujukan untuk pemerintah setempat (Bupati). Program yang diimplementasikan bersifat *philantrophy (sponsorship)*, seperti mendukung HUT Kabupaten Karawang. Selain itu, Bupati juga turut diundang saat peresmian program *Comdev* PT. T.

Penjelasan mengenai pelaksanaan program *comdev* yang dilakukan oleh PT. T dengan melibatkan elemen *stakeholder* (pemerintah dan komunitas lokal) merupakan strategi dari perusahaan untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif

tanpa ada gangguan dari masyarakat melalui aksi protes terhadap perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Pantun Josua Pardede dan Salis Finnahari mengenai “Pola Kemitraan Dalam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan” di PT. Toba Pulp Lestari, menemukan jika pelaksanaan program *comdev* dapat meredam konflik industrial antara perusahaan dengan komunitas lokal yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan.<sup>17</sup>

Hal tersebut dibuktikan sebelum perusahaan melaksanakan program *community development*, terjadi aksi protes dari masyarakat sekitar hingga berujung kepada penutupan operasional pabrik pada tahun 2000. Namun sikap dari masyarakat sekitar terhadap perusahaan menjadi berubah ketika PT. Toba Pulp Lestari, bersedia menjalankan tanggung jawab sosial kepada masyarakat sekitar di delapan Kabupaten. Perusahaan mampu merangkul seluruh elemen *stakeholder* tersebut dengan menjadikan mitra dalam program *comdev*, sehingga tidak ada gangguan lagi dari masyarakat di sekitar perusahaan dan kegiatan produksi perusahaan berjalan secara normal.

Penelitian yang dilakukan oleh Pantun Josua Pardede dan Salis Finnahari tersebut relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai “Pergeseran Relasi Korporasi Terhadap *Community*” di Desa Puserjaya. Fokus penelitian tersebut

---

<sup>17</sup> Untuk penelitian ini lihat Pantun Josua Pardede dan Salis Finnahari, 2007, *Pola Kemitraan Dalam Praktek Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Studi Kasus Program Community Development PT. Toba Pulp Lestari, Tbk. di Kabupaten Toba Samosir*, Jurnal Kebijakan dan Administrasi Publik: Magister Adminstrasi Publik Universitas Gadjah Mada, Volume 11, Nomor 2 (November 2007), hal. 205. Diunduh di <http://jurnal.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/11207203231.pdf> diakses pada Selasa, 1 Januari 2013, pukul 20.03 WIB.

memiliki kesamaan yakni terjadi perubahan orientasi korporasi terhadap keberadaan *stakeholder* di sekitar lingkungan perusahaan. Kondisi tersebut berdampak kepada perubahan paradigma terhadap korporasi, dari yang semula menolak aktifitas perusahaan menjadi mendukung kegiatan sosial perusahaan dengan menjadikan komunitas lokal sebagai mitra dalam melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan.

## **F. Profil Desa Puserjaya**

### **1. Kondisi Geografis Desa Puserjaya**

Secara administrasi, Desa Puserjaya terletak di wilayah Kecamatan Telukjambe, Kabupaten Karawang. Wilayah Desa Puseurjaya berbatasan dengan desa lain di sekitarnya, yaitu di sebelah utara berbatasan dengan Sungai Citarum, sebelah selatan berbatasan dengan kehutanan, sebelah barat berbatasan dengan Desa Sukaluyu, dan sebelah timur berbatasan dengan dengan Desa Sirnabaya serta PT. T. Secara umum, wilayah Desa Puserjaya memiliki empat Dusun yaitu Dusun Babakan, Dusun Babakan Tengah, Dusun Kaumjaya dan Dusun Kalijaya. Desa Puserjaya merupakan salah satu desa yang berbatasan langsung dengan PT. T.

Penerimaan komunitas lokal Desa Puserjaya terhadap PT. T mengalami dinamika yang cukup kompleks. Periode tahun 1989-2005, komunitas lokal tidak bisa merasakan manfaat secara langsung, karena perusahaan pada periode tersebut hanya berfokus untuk menjalin relasi dengan pemerintah setempat. Namun, kebijakan orientasi program *comdev* yang menjadikan komunitas lokal sebagai *stakeholder*

utama dalam pelaksanaan program sosial perusahaan, membuat keberadaan korporasi di wilayah Desa Puserjaya dapat dirasakan oleh seluruh elemen *stakeholder* yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan.

## 2. Kondisi Demografis atau Penduduk

Berdasarkan data administrasi pemerintah Desa Puserjaya, jumlah penduduk yang tercatat secara administrasi pada Tahun 2010, sebesar 8.010 jiwa, dengan rincian penduduk berjenis kelamin laki-laki berjumlah 3.923 jiwa, dan berjenis kelamin perempuan berjumlah 4.087 jiwa.

**Tabel 2.2.**

### **Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>No.</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Prosentase</b>
1	Laki-Laki	3923	49%
2	Perempuan	4087	51%
<b>Jumlah</b>		<b>8010</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Administrasi Kependudukan Desa Pusuerjaya Tahun 2010.

Tabel 2.2. di atas menunjukkan total jumlah penduduk Desa Puserjaya 8.010 jiwa, terdiri dari laki-laki 3.923 jiwa atau 49% dari total jumlah penduduk yang tercatat. Sementara perempuan 4.087 jiwa atau 51% dari total jumlah penduduk yang tercatat. Sementara itu, jumlah penduduk produktif pada usia antara 18-40 tahun di Desa Puserjaya jumlahnya cukup signifikan, yaitu sebesar 2.788 jiwa dari total jumlah penduduk. Adapun jumlah penduduk dengan berdasarkan kelompok umur dapat dilihat pada tabel dibawah ini.



**Tabel 2.3.**  
**Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur**

No.	Kelompok Umur	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	Usia 0 - 5	446	569	1015
2	Usia 6 - 11	330	324	654
3	Usia 12 - 17	343	343	686
4	Usia 18 - 23	322	376	698
5	Usia 24 - 29	348	323	671
6	Usia 30 - 35	366	345	711
7	Usia 35 - 40	376	332	708
8	Usia 41- 45	245	337	582
9	Usia 46 - 50	315	330	645
10	Usia 51 - 55	286	275	561
11	Usia 56 - 60	277	271	548
12	Usia 61 - 65	269	262	531
<b>Jumlah</b>		<b>3923</b>	<b>4087</b>	<b>8010</b>

Sumber: Data Administrasi Kependudukan Desa Puserjaya Tahun 2010.

Tabel 2.3 diatas menunjukkan jika usia produktif perempuan lebih besar dari usia produktif laki-laki. Namun, jumlah usia produktif yang cukup besar menjadi suatu dilema tersendiri bagi pemerintah Desa Puserjaya. Di satu sisi jumlah usia produktif yang cukup besar sangat berpotensi untuk mengembangkan usaha-usaha produktif yang dapat memperkuat ekonomi masyarakat. Di sisi lain, besarnya usia produktif tidak diimbangi dengan tingkat pendidikan dan keahlian yang memadai, sehingga menimbulkan permasalahan sosial baru di masyarakat, salah satunya yaitu pengangguran.

Meskipun jumlah usia produktif di wilayah Desa Puserjaya cukup banyak, namun mayoritas pekerja di perusahaan berasal dari luar wilayah Karawang. Kondisi inilah yang membuat keberadaan PT. T di masyarakat (Desa Puserjaya) menjadi dilema. Di satu sisi perusahaan dituntut untuk lebih mengutamakan untuk merekrut tenaga kerja dari wilayah yang paling dekat dengan perusahaan (Ring I). Namun di sisi lain, kualitas SDM yang saat ini tersedia di masyarakat kurang memenuhi syarat untuk bekerja di Industri Manufaktur PT. T. Penerapan program *comdev* di masyarakat merupakan salah satu langkah untuk mengatasi permasalahan tersebut.

### **3. Struktur Sosial Ekonomi Masyarakat Desa Puserjaya**

Masyarakat Desa Puserjaya, Karawang masih sangat kental dengan kebudayaan Sunda. Kehidupan sosial di wilayah ini ditandai dengan tingkat kegotongroyongan dan kekerabatan yang masih sangat kuat. Dengan kata lain, masyarakat Desa Puserjaya bersifat homogen, karena sebagian besar penduduk merupakan penduduk asli dari wilayah setempat. Mayoritas penduduk bermata pencaharian sebagai petani. Hal tersebut sangatlah wajar mengingat Kabupaten Karawang, khususnya Desa Puserjaya merupakan salah satu penghasil beras terbesar di Indonesia. Tidak heran jika hampir 70% wilayah Desa Puserjaya didominasi oleh persawahan. Struktur sosial ekonomi masyarakat Desa Puserjaya dapat diidentifikasi melalui dua bidang yaitu pendidikan dan mata pencaharian.

**Tabel 2.4.**  
**Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian**

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
1	Pertanian	433	58%
2	Pembantu Rumah Tangga	98	13%
3	Industri	5	1%
4	PNS/POLRI/TNI	105	14%
5	Pedagang	97	13%
6	Montir	9	1%
<b>Jumlah</b>		<b>749</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Administrasi Kependudukan Desa Puserjaya Tahun 2010.

Tabel 2.4. di atas, dapat diketahui jika mata pencarian masyarakat Desa Puserjaya dapat teridentifikasi ke dalam beberapa bidang mata pencarian yaitu Petani, Pembantu Rumah Tangga (PRT), PNS/TNI/POLRI, Pedagang, Montir dan Pengusaha Besar. Berdasarkan tabel 2.4. di atas, dapat diketahui jika mayoritas penduduk bermata pencarian sebagai petani, yakni dengan prosentase sebesar 58%. Hal ini sangat lah wajar mengingat wilayah Karawang, khususnya Desa Puserjaya dikenal sebagai penghasil beras. Namun, munculnya Kawasan Internasional Industri City (KIIC) memang telah merubah struktur sosial ekonomi masyarakat sekitar. Masyarakat Desa Puserjaya yang dahulu dikenal sebagai petani, perlahan-lahan kini mulai berganti profesi menjadi buruh pabrik, terutama bagi angkatan kerja yang berusia 18 sampai 25 tahun.

Berkembangnya industri di wilayah tersebut memang telah menimbulkan dampak positif dan dampak negatif. Salah satu dampak negatif yang selalu menimbulkan polemik di masyarakat yaitu mengenai tidak terserapnya angkatan

tenaga kerja ke dalam dunia industri karena masih rendahnya tingkat pendidikan warga yang berujung kepada rendahnya kualitas SDM yang tersedia. Berdasarkan data administrasi kependudukan Desa Puserjaya tahun 2010 mengenai tingkat pendidikan, diketahui jika mayoritas masyarakat Desa Puserjaya menempuh pendidikan SLTA/SMK yakni sekitar 804 penduduk. Kemudian diikuti oleh lulusan SLTP 601 penduduk, lulusan SD 559 penduduk dan perguruan tinggi dengan 94 penduduk.

**Tabel 2.5.**  
**Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No.	Keterangan	Jumlah
1	Tamat SD	558
2	Tamat SLTP	601
3	Tamat SLTA	804
4	Tamat Perguruan Tinggi	94
<b>Jumlah</b>		<b>2057</b>

Sumber: Data Administrasi Kependudukan Desa Puserjaya Tahun 2010.

Tabel 2.5. di atas menunjukkan jika tingkat pendidikan masyarakat Desa Puserjaya masih tergolong rendah. Hal tersebut dibuktikan dengan tipisnya jumlah penduduk yang berpendidikan SD, SMP, dan SLTA. Bahkan penduduk yang mengenyam pendidikan di perguruan tinggi sangat minim. Kondisi inilah yang menyebabkan terjadinya ketertinggalan masyarakat lokal dengan warga pendatang yang mayoritas bekerja di PT. T. Tingkat pendidikan yang masih kurang dan SDM yang kurang berkualitas, membuat usia produktif di Desa Puserjaya tidak terserap ke

dalam angkatan kerja di PT. T. Kondisi inilah yang menyebabkan terjadinya dilema. Masyarakat Desa Puserjaya yang notabenehnya merupakan wilayah paling dekat dengan perusahaan tidak bisa bekerja di perusahaan karena keterbatasan *skill* dan tingkat pendidikan yang masih rendah.

#### 4. Identifikasi Permasalahan Sosial di Masyarakat

Beberapa isu yang selama tujuh tahun terakhir berkembang di masyarakat yang menjadi bahan pertimbangan perusahaan untuk lebih mengintensifkan program *comdev* di masyarakat dan menjadi tuntutan komunitas terhadap perusahaan antara lain sebagai berikut:

**Tabel 2.6.**

#### Identifikasi Masalah Pokok di Masyarakat

Masalah pendidikan dan ketenagakerjaan	Masalah kondisi sosial masyarakat	Masalah penerapan CSR dan <i>Comdev</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Tingkat pendidikan masih rendah</li> <li>-Siswa putus sekolah masih tinggi</li> <li>-Tenaga kerja lokal tidak mampu bersaing</li> <li>-Kerjasama Industri dengan Sekolah minim</li> <li>-Pengangguran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Kemiskinan</li> <li>-Bantuan dari pemerintah masih minim, yang meliputi:               <ul style="list-style-type: none"> <li>*Kegiatan pembinaan Karang Taruna</li> <li>*Kegiatan sponsorship acara Ormas dan LSM</li> </ul> </li> <li>-Keterbatasan dana operasional Desa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Pelibatan komunitas lokal dalam pelaksanaan CSR</li> <li>-Meninginkan program berkesinambungan</li> <li>-Sinkronisasi program CSR dengan kebutuhan komunitas dan Pemerintah Desa</li> </ul>

Sumber: Data Diolah Berdasarkan Dokumen *Mapping* Perusahaan Tahun 2005.

Tabel 2.6. di atas merupakan gambaran masalah sosial yang berkembang di masyarakat selama tujuh tahun terakhir. Secara umum, terdapat tiga isu besar yang dituntut oleh masyarakat, yang menginginkan agar perusahaan lebih intensif melaksanakan program *comdev*. Ketiga isu tersebut merupakan masalah sosial, pendidikan dan ekonomi yang sedang dialami oleh masyarakat Desa Puserjaya. Isu

yang pertama yaitu mengenai pendidikan dan ketenagakerjaan, yang mencakup tingkat pendidikan, pengangguran, tenaga kerja lokal yang tidak mampu bersaing, dan masih minimnya kerjasama antara sekolah dengan pihak industri yang berdampak kepada kualitas SDM lokal. Isu kedua, yakni mengenai kondisi sosial masyarakat yang mencakup tingkat kemiskinan dan minimnya bantuan sosial dari pemerintah. Isu ketiga, yakni mengenai penerapan CSR dan *Comdev* yang kurang melibatkan komunitas lokal.

Isu mengenai penerapan CSR dan *Comdev* merupakan isu yang paling utama, mengingat implementasi program tersebut selama ini diterapkan kurang melibatkan komunitas lokal, karena hanya bertumpu untuk menjalin relasi dengan pemerintah setempat. Kondisi tersebut tentu merubah paradigma perusahaan dalam melaksanakan program *comdev*, terutama mengenai pengelolaan *stakeholder* dan pelibatan komunitas dalam pelaksanaan *comdev*, mulai dari perencanaan (*mapping*), pelaksanaan dan evaluasi program. Beberapa program *comdev* yang dilaksanakan oleh PT. T, yang menjawab tuntutan dari komunitas lokal Desa Puserjaya antara lain program kerjasama pendidikan dan bursa kerja lokal untuk komunitas lokal Desa Puserjaya.

### **G. Rangkuman**

Pada dasarnya, kebijakan perusahaan terkait program *community development* sudah terdapat dalam filosofi perusahaan yaitu "*Contribution to Development of Indonesia Economy and Society*". Kebijakan perusahaan terhadap program

*community development* tidak bisa dilepaskan dari permasalahan sosial yang ada di Desa Puserjaya dan menjadi isu yang bisa menimbulkan gejolak sosial, terutama bagi perusahaan. Permasalahan sosial tersebut mencakup beberapa bidang antara lain tingkat pendidikan masyarakat yang masih rendah, kemiskinan dan adanya tuntutan dari komunitas Desa Puserjaya yang menginginkan program *comdev* yang berkesinambungan.

Masalah sosial tersebut kemudian dikemas oleh *Community Development PT. T Indonesia* dalam melaksanakan program *comdev* di Desa Puserjaya. Hal ini disebabkan karena dengan membuat program berdasarkan masalah sosial yang berkembang dimasyarakat, perusahaan dapat meminimalisasi kemungkinan gejolak sosial dimasyarakat yang dapat mengganggu aktifitas perusahaan seperti aksi demonstrasi. Beberapa program yang dijalankan oleh perusahaan berdasarkan permasalahan sosial di Desa Puserjaya antara lain program pendidikan dan ketenagakerjaan, program sosial kemasyarakatan dan program pemberdayaan masyarakat.