
**THE CASE STUDY OF MITRA DESA MANDIRI CSR PROGRAM OF
PT. VALE INDONESIA, TBK.**

**STUDI KASUS PROGRAM CSR MITRA DESA MANDIRI
PT. VALE INDONESIA, TBK.**

RAHMANIA SAHDING¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako, Sulawesi Tengah
E-mail: rahmania.sahding.rs@gmail.com

Naskah diterima : 10 November 2018 Naskah diterbitkan: 31 Desember 2018

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out the planning, implementation and evaluation of the Mitra Desa Mandiri Program PT. Vale Indonesia, Tbk Sorowako, East Luwu Regency. This study uses a case study research method. This type of research is conducted in a qualitative descriptive manner. Data collection techniques are carried out by observation, in-depth interviews and documentation. There were 6 informants in this study. The results of the study show that PMDM planning at the village level begins with a review of the village and medium-term village development work plans, priority design proposals, budget plans, verification, and proposal determination. Activity planning at the sub-district level begins with a study of proposals between villages in the fields of education, health and the economy within the sub-district that is under the authority of the district, this study starts from the priority proposals for sub-district consultations through deliberation. Activity planning at the district level is coordinative planning, starting from the involvement of sub-district delegates in the SKPD forum to the development planning meetings in the district. In implementing PMDM, the coordination meeting is conducted with a series of activities and operational actions from all agreed plans, in this program the community is the owner of activities that will work directly and conduct deliberations to submit accountability reports from the implementation of activities and use of PMDM funds. This evaluation of PMDM was carried out at a certain time by the community, the regional government and PT. Vale, the evaluation is carried out in two stages, which is done in the middle or at the end of the program year, this is formulated from the specific objectives to be achieved from each type of activity in PMDM.

Keywords: Planning; Implementation; Evaluation; Mitra Desa Mandiri Program

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui perencanaan, implementasi dan evaluasi dari Program Mitra Desa Mandiri PT. Vale Indonesia, Tbk Sorowako Kabupaten Luwu Timur. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus (case study). Jenis penelitian dilakukan dengan cara deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Adapun informan dalam penelitian ini berjumlah 6 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan PMDM ditingkat desa diawali dengan tahap review rencana kerja pembangunan desa dan jangka menengah desa, prioritas usulan desain, rencana anggaran biaya, verifikasi, serta penetapan usulan. Perencanaan kegiatan ditingkat kecamatan dimulai dengan melakukan kajian terhadap usulan antar desa dibidang pendidikan, kesehatan dan ekonomi dalam lingkup kecamatan yang menjadi kewenangan kabupaten, pengkajian ini dimulai dari musyawarah kecamatan prioritas usulan sampai dengan musyawarah penetapan. Perencanaan kegiatan ditingkat kabupaten adalah perencanaan yang koordinatif, mulai dari keterlibatan utusan kecamatan dalam forum SKPD sampai dengan musyawarah rencana pembangunan di kabupaten. Dalam implementasi PMDM, rapat koordinasi dilakukan dengan serangkaian aktivitas dan tindakan operasional dari seluruh rencana yang telah disepakati, dalam program ini masyarakat merupakan pemilik kegiatan yang akan bekerja langsung dan melakukan musyawarah untuk menyampaikan laporan pertanggungjawaban dari pelaksanaan kegiatan dan penggunaan dana PMDM. Evaluasi dari PMDM ini dilakukan pada saat tertentu oleh masyarakat, pemerintah daerah dan PT. Vale, evaluasi dilakukan dengan cara dua tahap yakni dilakukan di pertengahan atau pada akhir tahun program, hal ini dirumuskan dari tujuan spesifik yang ingin dicapai dari setiap jenis kegiatan dalam PMDM.

Kata kunci : Perencanaan; Pelaksanaan; Evaluasi; Program Mitra Desa Mandiri

A. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan di seluruh dunia akan melakukan berbagai macam kegiatan yang terencana untuk dapat meningkatkan eksistensi perusahaan dan menjadi perusahaan yang Good Business. Salah satu kegiatannya adalah Corporate Sosial Responsibility (CSR). CSR adalah kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan sebuah kewajiban sosial yang harus diimplementasikan oleh setiap perusahaan terutama perusahaan tambang.

Salah satu perusahaan yang telah menerapkan konsep CSR di Sulawesi Selatan, Sulawesi Tengah dan Sulawesi Tenggara adalah PT. Vale Indonesia, Tbk. Perusahaan tersebut merupakan produsen nikel utama dunia yang mengoperasikan salah satu tambang dan pengolahan nikel laterit terpadu terbesar di dunia.

Menjadi perusahaan tambang dituntut memiliki lingkungan khusus dengan melakukan aktivitas seefektif dan seefisien mungkin serta memiliki fasilitas yang lengkap. Hal tersebut sering menimbulkan kecemburuan dari masyarakat yang minim fasilitas dan tingkat kehidupan ekonominya rendah. Belum lagi dampak polusi dari aktivitas pekerja dan kegiatan penambangan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Guna meminimalkan berbagai masalah yang mungkin timbul, perusahaan pertambangan dapat mewujudkan program CSR yang sesuai dengan aturan yang berlaku. Hal ini sangat penting untuk meyakinkan masyarakat bahwa kehadiran perusahaan tambang akan

menguasai sumber daya alam di wilayah itu akan memberikan kompensasi pada mereka dalam bentuk program-program yang akan meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat lokal.

PT. Vale Indonesia, Tbk secara konsisten terus berupaya untuk memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan. Hal ini untuk menghindari isu-isu maupun sentimen negatif dari masyarakat yang terkait dengan dampak negatif yang timbul akibat kegiatan operasional perusahaan. Selama perusahaan itu berdiri banyak program yang telah diimplementasikan dan mendapatkan apresiasi, salah satunya adalah Program Masyarakat Desa Mandiri. (www.vale.com). Program sosial ini dijalankan dengan prinsip kemitraan, keberlanjutan, transparan dan akuntabel, serta keberpihakan pada masyarakat miskin dan rentan, demi mewujudkan kemandirian masyarakat. Adapun kegiatan program yang telah dilakukan yakni kemajuan kesehatan masyarakat, pertanian berkelanjutan (sustainable agriculture), air bersih untuk warga, pengadaan jamban, membangun jalan tani, pelatihan, pemberian modal usaha dan keterampilan untuk pemuda dan perempuan.

Adapun fokus penelitian yakni Program Mitra Desa mandiri karena jenis kegiatan PMDM ini bersifat terbuka (open menu), dimana masyarakat diberikan ruang untuk menentukan kegiatan sesuai kebutuhan yang terkait bidang pendidikan, kesehatan dan ekonomi. PMDM juga sebagai bentuk keselarasan dan kesinambungan dari program pembangunan daerah yang telah ada sebelumnya.

B. PUBLIC RELATIONS

Menurut Prof. Byron Christian (Hamid, 2012: 105), PR adalah "Usaha sadar untuk mempengaruhi orang, terutama melalui komunikasi, guna berpikir baik terhadap suatu organisasi, menghargainya, mendukungnya, dan ikut simpati bersamanya jika mendapat tantangan kesukaran."

Kegiatan PR sehari-hari adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik. Peran komunikasi timbal balik dalam perusahaan masa kini adalah sesuatu hal yang mutlak. Biasanya peran tersebut diserahkan kepada pihak PR, itu artinya hal terpenting bagi PR adalah kemampuannya mengemban fungsi dan tugasnya dalam melaksanakan hubungan komunikasi ke dalam dan ke luar, maksudnya adalah upaya pembinaan hubungan yang harmonis antara pimpinan dengan pemilik perusahaan atau sebaliknya. Begitu juga dengan kemampuan untuk menjembatani atau membangun hubungan komunikasi dengan masyarakat luar sebagai publiknya. (Ruslan, 2003:3)

C. TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*)

Dalam International Organization of Standardization (ISO) 26000 mengenai Guidance on Social Responsibility, pedoman CSR standar internasional ini mendefinisikan CSR merupakan tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat,

mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh (Suharto, 2008: 5)

CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersama dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya (Wibisono, 2007:7). Inti sari dari definisi tersebut bahwa tanggung jawab sosial perusahaan yaitu komitmen untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan bersama dengan stakeholders untuk peningkatan kualitas hidup mereka.

Melaksanakan tanggung jawab sosialnya perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yaitu laba, lingkungan dan masyarakat (*triple bottom line*), dengan diperolehnya laba, perusahaan dapat memberikan dividen bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh. Guna membiayai pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa depan, serta membayar pajak kepada pemerintah dengan lebih banyak memberikan perhatian pada lingkungan sekitar, perusahaan dapat berpartisipasi dalam usaha-usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan umat manusia dalam jangka panjang.

Dari sisi perusahaan, terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas CSR diantaranya:

- Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. CSR akan mendongkrak citra perusahaan yang dalam rentan waktu yang panjang akan meningkatkan reputasi perusahaan.
 - CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis.
 - Karyawan akan merasa bangga pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan sekitarnya.
 - CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para stakeholders-nya.
 - Meningkatnya penjualan seperti yang terungkap dalam Riset Roper Search Worldwide, yaitu bahwa konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.
 - Insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya. Hal ini perlu dipikirkan guna mendorong perusahaan agar lebih giat lagi menjalankan tanggung jawab sosialnya. (Susanto, 2009:15-16)
- Menurut Wibisono (2007: 127) ada beberapa tahapan yang dilakukan oleh suatu

perusahaan dalam melaksanakan program CSR, yaitu:

- Tahap perencanaan
Perencanaan terdiri atas tiga langkah utama yaitu awareness building, CSR assesment, dan CSR manual building. Awareness building merupakan langkah awal untuk membangun kesadaran mengenai arti penting CSR dan komitmen manajemen. Upaya ini dapat dilakukan antara lain melalui seminar, lokakarya, diskusi kelompok dan lain-lain. CSR Assesment merupakan upaya untuk memetakan kondisi perusahaan dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapatkan prioritas perhatian dan langkah-langkah yang tepat untuk membangun struktur perusahaan yang kondusif bagi penerapan CSR secara efektif. Langkah selanjutnya adalah membangun CSR manual. Hasil assesment merupakan langkah untuk penyusunan manual atau pedoman implementasi CSR. Upaya yang harus dilakukan antara lain, melalui benchmarking, menggali dari referensi atau bagi perusahaan yang menginginkan langkah instan, penyusunan manual ini merupakan inti dari perencanaan, yang memberikan petunjuk pelaksanaan CSR bagi komponen perusahaan.
- Tahap Implementasi
Browne dan Wildavsky dalam Usman dan Nurdin, (2002:70) mengemukakan bahwa implementasi adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan.

Implementasi bermuara pada aktivitas, adanya aksi, tindakan, atau mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan sekadar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan dilakukan secara sungguh-sungguh berdasarkan acuan norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan.

“Implementasi CSR diberbagai negara baik negara berkembang maupun negara maju pada umumnya hanya bertujuan untuk : (1) memenuhi tujuan bisnis yaitu menghasilkan profit jangka panjang, (2) menggunakan kekuatan bisnis secara lebih bertanggung jawab, (3) melakukan integratio social demand dalam operasi bisnis dan (4) mendukung sesuatu yang bersifat sosial dan beretika”. Maka CSR sebagai bagian dari peningkatan kualitas hidup masyarakat harus dibarengi dengan tanggung jawab atas operasi bisnis perusahaan. Gariga dan Male dalam Kodrat, (2009: 263).

- Tahap evaluasi

Setelah program CSR diimplementasikan, langkah berikutnya adalah evaluasi program. Tahap evaluasi adalah tahap yang perlu dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu untuk mengukur sejauh mana efektivitas penerapan CSR. Evaluasi dilakukan untuk pengambilan keputusan, misalnya keputusan untuk menghentikan, memperbaiki atau melanjutkan dan mengembangkan aspek-aspek tertentu

dari program CSR yang sudah diimplementasikan evaluasi juga bisa dilakukan dengan meminta pihak independen untuk melakukan audit implementasi atas praktik CSR yang telah ditentukan.

Sebagai suatu program, social responsibility membutuhkan pemantauan dan evaluasi dalam rangka perbaikan di masa depan, dan sekaligus menentukan tingkat capaian kinerja aktivitas sosial yang telah dilakukan. Evaluasi dan pemantauan juga ditujukan untuk mengetahui sejauh mana pencapaian tujuan program serta apakah terdapat penyimpangan yang membutuhkan tindakan koreksi. (Hadi, 2011:147)

D. TEORI STAKEHOLDER (STAKEHOLDER THEORY)

Stakeholders menjadi bagian dalam kehidupan dunia bisnis, perusahaan dan organisasi. Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik yang bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Teori stakeholder menjelaskan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun memberikan manfaat bagi stakeholder.

Kemitraan (partnership) antara korporasi dan stakeholders merupakan suatu keharusan dalam lingkungan bisnis yang berubah. Stakeholders merupakan bagian strategis dalam pelaksanaan CSR Perusahaan yang mampu bekerjasama dan matriks stakeholder dengan skala-skala yang telah

ditentukan akan menciptakan sistem kerja CSR yang efektif serta menguntungkan bagi setiap pihak. (Kartini, 2009 :52-54)

Dari program muncullah kemitraan partnership yang berdayaguna dalam mengeksekusi program CSR agar dapat berjalan efektif. CSR perusahaan membutuhkan pemerintah dan masyarakat (civil society) dengan demikian tidak terjadi tumpang tindih program, oleh karena itu muncul istilah "Tri-sector Partnership"

E. TEORI LEGITIMASI (*LEGITIMACY THEORY*)

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat semakin maju. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat, dengan demikian legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*). Berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat, teori ini menjelaskan bahwa perusahaan melakukan kegiatan dengan usaha dengan batasan-batasan yang ditentukan oleh norma-norma, nilai-nilai sosial dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan (Chariri, 2007 : 411)

Menurut Gary. R. H. mengemukakan pendapatnya yang dikutip oleh Nor Hadi (2011:88) dalam bukunya CSR bahwa

legitimasi merupakan pandangan sistem berorientasi organisasi dan masyarakat memungkinkan kita untuk fokus pada peran informasi dan keterbukaan dalam hubungan antara organisasi, negara, individu, dan kelompok. Defenisi tersebut mengisyaratkan, bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan masyarakat kepada society, operasi perusahaan harus sesuai dengan harapan masyarakat.

F. TEORI KONTRAK SOSIAL (*SOCIAL CONTRACT*)

Social Contract dibangun dan dikembangkan, salah satunya untuk menjelaskan hubungan antara perusahaan terhadap masyarakat (society). Perusahaan atau organisasi memiliki kewajiban pada masyarakat untuk memberi manfaat bagi masyarakat, interaksi perusahaan dengan masyarakat akan selalu berusaha untuk memenuhi dan mematuhi aturan dan norma-norma berlaku di masyarakat, sehingga kegiatan perusahaan dapat dipandang legitimate. Dalam perspektif manajemen kontemporer, teori kontrak sosial menjelaskan hak kebebasan individu dan kelompok, termasuk masyarakat dibentuk berdasarkan kesepakatan saling menguntungkan anggota. Hal ini sejalan dengan konsep legitimacy theory bahwa legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai (*congruence*) dengan eksistensi sistem nilai dalam masyarakat dan lingkungan. (Hadi, 2011:96-97)

G. KONSEPTUALISASI PENELITIAN

Sesuai fokus masalah penelitian, maka penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif. Konsep dalam penelitian ini adalah konsep yang langsung menjelaskan tentang Perencanaan, Implementasi dan Evaluasi dari Program Mitra Desa PT. Vale Indonesia, Tbk Sorowako. Subjek penelitian ini adalah Social Development Program, Eksternal stakeholders, Fasilitator PTPM dan Pemerintahan daerah yaitu Aswaddin, Asriani Amiruddin, AndiNarwis, Halia dan Rosna serta Masrura. Objek dari penelitian yang akan dikaji Program CSR PT. Vale Indonesia, Tbk. Sorowako Kabupaten Luwu Timur (Studi Kasus Program Mitra Desa Mandiri)

Reduksi data dilakukan pertama kali dengan menyusun data hasil wawancara dalam bentuk deskripsi dan memilah informasi yang telah didapat, selanjutnya dikemas dalam penyajian data. Melalui penyajian data tersebut, maka data yang terorganisasi dan terkategori kemudian disimpulkan yang berupa data temuan sehingga mampu menjawab pertanyaan dari penelitian ini. Hasil yang diperoleh dari data yang telah direduksi dan disajikan dalam penyajian data adalah keseluruhan narasumber memberikan jawaban mengenai Program CSR di PT. Vale Indonesia, Tbk. Sorowako Kabupaten Luwu Timur (Studi Kasus Program Mitra Desa Mandiri)

H. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan, maka akan dibahas secara deskriptif berkaitan dengan perencanaan, implementasi dan evaluasi CSR dari program PMDM. Temuan peneliti

tersebut sekaligus akan menjadi fokus penelitian ini. Untuk memberikan pemaparan secara deskriptif maka telah dilakukan wawancara mendalam kepada informan terkait untuk menjadi tolok ukur dalam menganalisis seperti apa perencanaan, implementasi dan evaluasi PMDM dengan menggunakan teori stakeholders, legitimasi dan kontrak sosial. Penerapan CSR PT. Vale Indonesia adalah komitmen perusahaan untuk membantu masyarakat dari berbagai bidang mulai dari bidang pendidikan, kesehatan dan ekonomi. Berikut adalah proses perencanaan, implementasi dan evaluasi PMDM

Perencanaan Program Mitra Desa Mandiri

PMDM menerapkan mekanisme yang sangat berbeda dibandingkan program terdahulu, jika program sosial sebelumnya berbasis proposal, maka program PMDM sekarang berbasis kebutuhan masyarakat desa. Tidak heran jika pro dan kontra terjadi pada awal perjalanan PMDM.

Pada saat perencanaan PMDM banyak hal yang harus disiapkan dan dilakukan oleh PT. Vale mulai dari pengorganisasian kelompok sasaran setelah itu baru masuk di tahap review RPJMDes (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa) dan RKP Desa (Rencana Kerja Pembangunan Desa), identifikasi arah kebijakan dan prioritas pembangunan bidang pendidikan, kesehatan dan ekonomi, analisis keselarasan PMDM dengan RPJM Desa dan RKP Desa, rapat perumusan kegiatan, musyawarah desa perencanaan, penulisan usulan kegiatan, musyawarah desa prioritas usulan kegiatan, musyawarah desa penetapan usulan kegiatan. Selanjutnya yakni musyawarah kecamatan sosialisasi, musyawarah kecamatan kajian

usulan kegiatan, penulisan usulan kegiatan kecamatan, musyawarah kecamatan prioritas usulan kegiatan, musyawarah kecamatan penetapan, sosialisasi hasil musyawarah kecamatan, dan lokasi penyedia layanan, dan terakhir ditingkat kabupaten yakni keterlibatan utusan kecamatan dalam forum Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD).

Pada rapat perumusan perencanaan PMDM, diadakannya pertemuan secara formal ditingkat desa untuk mengidentifikasi dan merumuskan usulan kegiatan baik dibidang pendidikan, kesehatan dan ekonomi, hasil review tersebut akan disampaikan dimusyawarah desa yang dihadiri oleh berbagai unsur masyarakat, seperti kepala dusun, Badan Permusyawaratan Desa (BPD), ketua RT, tokoh masyarakat, tokoh pemuda, tokoh perempuan, tim penggerak PKK, kelompok tani, serta guru. Seluruh usulan yang masuk dari tiap dusun ditampung, lalu masyarakat bermusyawarah untuk menentukan daftar usulan prioritas. Mereka menentukan berdasarkan jumlah anggaran, mendesak atau tidaknya sebuah kegiatan, dan melihat dari penerima manfaatnya. Pada saat perencanaan PMDM ini sebisa mungkin usulan kegiatan PMDM sama dengan yang tertulis di RPJMDes jika ternyata ada usulan kegiatan PMDM yang tidak tercantum dalam RPJMDes, maka harus melakukan sinkronisasi agar selaras dengan arah pembangunan desa, tidak boleh melenceng jauh.

Dalam konsep ini stakeholders dilibatkan, stakeholders adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang mempunyai kepentingan dengan perusahaan, dimana stakeholders sangat penting

keberadaannya dalam pencapaian keberhasilan program karena stakeholder dapat memengaruhi dan dipengaruhi perusahaan, partisipasi stakeholders dalam PMDM ini terjalin sangat baik, bisa dilihat dengan partisipasi mereka dalam kegiatan PMDM ini mulai dari membantu mengkoordinasikan, mensosialisasikan dan menjaga, tidak hanya pada saat awal kegiatan saja akan tetapi sampai pada tahap proses evaluasi mereka terlibat karena semuanya memiliki tanggung jawab bersama demi kemandirian dan kesejahteraan masyarakat. Hal ini mendukung harmonisasi, keselarasan dan optimalisasi kegiatan program di wilayah terdampak operasi PT. Vale.

Implementasi Program Mitra Desa Mandiri

Implementasi PMDM dilakukan dengan cara musyawarah desa maupun kecamatan dimana dalam pelaksanaan ini lebih ditujukan kepada penyiapan aspek sumber daya manusia dan kelembagaan masyarakat komite desa maupun kecamatan, pendamping dan pemangku kepentingan, dalam pelaksanaan kegiatan PMDM masyarakat merupakan pemilik kegiatan yang akan mempertanggungjawabkan hasilnya, penyaluran dana PMDM dilakukan melalui mekanisme dan prosedur yang diatur dalam sistem administrasi dan keuangan PT. Vale, adanya pengadaan kerja untuk kegiatan prasarana pendukung pendidikan, kesehatan dan ekonomi.

Pelaksanaan kegiatan PMDM awalnya melakukan persiapan pelaksanaan dimana adanya rapat koordinasi di awal dan serangkaian aktivitas dan tindakan operasional dari seluruh rencana yang telah disepakati dalam pertemuan penetapan

usulan dan informasi hasil musyawarah. Pada implementasi PMDM ini ada musyawarah desa pertanggungjawaban dimana hal ini untuk menyampaikan laporan kemajuan pelaksanaan kegiatan dan penggunaan dana PMDM dan pada saat pelaksanaan kegiatan seluruh kegiatan dari PMDM harus didokumentasikan sesuai dengan lingkup kerjanya masing-masing sebagai bahan laporan nantinya dan terakhir ada namanya serah terima dimana pada kegiatan ini untuk menghindari kesalahpahaman di kemudian hari sehingga hasil kegiatan dapat diterima oleh masyarakat.

Evaluasi Program Mitra Desa Mandiri

Evaluasi PMDM dilakukan pada saat tahapan kegiatan berakhir hal ini dilakukan dalam upaya agar program berada pada jalur yang benar selain itu dari pihak Vale sendiri sering sekali melakukan monitoring hal ini bertujuan untuk menilai apakah pelaksanaan PMDM ini sesuai dengan tujuan, apakah perlu dilakukan perubahan strategi dan sumber daya yang tersedia demi menghasilkan program yang berkualitas. Sebelum turun ke lapangan, tim monev berkumpul di kantor kepala desa untuk membahas kegiatan PMDM di setiap desa sekaligus membagi tim menjadi tiga kelompok kunjungan sesuai dengan bidang yang didanai PMDM, usai monitoring evaluasi tim kembali berkumpul untuk memplenokan hasil kunjungan lapangan.

Kegiatan evaluasi juga dapat dilakukan pada saat tertentu biasanya dilakukan di pertengahan atau pada akhir tahun. (1) Pada tengah program, dilakukan pada saat program sedang berjalan idealnya dilakukan di tengah program, yakni melakukan penilaian terhadap perkembangan

pelaksanaan PMDM, menyediakan data sebagai tools bagi manajemen dalam melakukan perbaikan terhadap output dan kegiatan, memperbaiki manajemen internal dalam pelaksanaan PMDM. (2) Evaluasi akhir program, yakni dilakukan pada saat akhir masa program, memastikan bahwa semua target dalam indikator kinerja dapat tercapai dan lebih ditujukan untuk melihat dampak program.

Evaluasi PMDM sendiri dilakukan sebagai alat deteksi keberhasilan dan kegagalan suatu program dan hasil dari evaluasi tersebut dapat dijadikan sebagai dasar dalam melakukan perbaikan terhadap kelemahan dan mengatasi hambatan yang terjadi.

Terkait dengan legitimasi guna mengembangkan perusahaan ke depan, hal ini dapat dijadikan wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan terutama terkait bagaimana perusahaan memposisikan diri di tengah-tengah masyarakat. Legitimasi ini dapat dilihat dari sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Hal ini mengisyaratkan bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (society, pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat).

perusahaan menaruh perhatian besar dengan CSR dan berupaya menghadirkan program-program yang berkualitas, memfasilitasi kegiatan-kegiatan program, sehingga dapat bersatu saling bahu-membahu memenuhi kebutuhan dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

PT. Vale Indonesia, Tbk memberi dukungan penuh terhadap peningkatan

kesejahteraan masyarakat, pihak dari perusahaan memenuhi kebutuhan masyarakat kemudian PT. Vale Indonesia juga memberdayakan masyarakat dalam segala aspek atau dalam kegiatan CSR-nya dan mereka sama-sama menikmati hasilnya, kebutuhan masyarakat terpenuhi program perusahaanpun berjalan dengan baik dan berhasil.

konsep kontrak sosial yakni adanya pengaruh hubungan timbal balik perusahaan dengan sasaran program sangat besar hal ini bisa dilihat dengan hubungan dan kerjasama yang baik, partisipasi pihak-pihak yang terkait dan perusahaan memberi manfaat bagi masyarakat, dapat dilihat dari aspek kesehatan, ekonomi dan pendidikan sepereti program pemetaan kesehatan yang mana terdapat kesepakatan-kesepakatan yang saling menguntungkan bagi pihak-pihak tersebut.

I. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi CSR pada PMDM PT. Vale Indonesia, Tbk Sorowako maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

PMDM merupakan pola dukungan perusahaan melalui program fasilitasi masyarakat dalam rangka perencanaan dan pelaksanaan kegiatan untuk peningkatan daya saing dan mutu pendidikan, derajat kesehatan dan kesejahteraan ekonomi. Perencanaan PMDM disini merupakan tahapan untuk mengidentifikasi permasalahan, merumuskan tujuan, strategi dan prioritas kegiatan, perencanaan ini menjadi kerangka acuan dalam penerapan program. Perencanaan kegiatan di desa, dimulai dengan tahap review

RPJM Desa dan RKP Desa yang telah dirumuskan dan ditetapkan di desa, prioritas usulan, penulisan usulan desain dan RAB, verifikasi serta penetapan usulan. Perencanaan kegiatan di kecamatan dimulai dengan melakukan kajian terhadap usulan antar desa di bidang pendidikan, kesehatan dan ekonomi dalam lingkup kecamatan yang menjadi kewenangan kabupaten. Pengkajian usulan kegiatan di tingkat kecamatan dimulai dari musyawarah kecamatan prioritas usulan sampai dengan forum SKPD.

Implementasi PMDM, yakni suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci. Mekanisme pelaksanaan PMDM mengacu pada sistem perencanaan pembangunan nasional dengan mensinergikan upaya yang dilakukan pemerintah daerah dalam program pemberdayaan masyarakat dan pengentasan kemiskinan. Dalam PMDM ini masyarakat merupakan pemilik kegiatan yang akan bertanggungjawabkan hasilnya serta akan melakukan musyawarah pertanggungjawaban untuk menyampaikan laporan kemajuan dan pertanggungjawaban pelaksanaan kegiatan dan penggunaan dana PMDM.

Evaluasi dalam PMDM dilakukan pada saat tertentu oleh masyarakat, pemerintah daerah dan PT. Vale. evaluasi dari PMDM ini dilakukan dengan dua tahap yakni di pertengahan yakni idealnya dilakukan pada tengah tahun berjalan yang bertujuan melakukan penilaian terhadap perkembangan pelaksanaan PMDM dan akhir tahun program yakni dilakukan pada masa akhir program yang bertujuan mengetahui dampak dari

PMDM kepada sasaran pemanfaat khususnya rumah tangga miskin dan kelompok rentan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chariri, Anis dan Imam Ghozali. 2007. Teori Akutansi. Fakultas Ekonomi: Universitas Diponegoro Semarang
- Hadi, Nor. 2011. Corporate Social Responsibility. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hamid, Abdul. 2012. Komunikasi & Public Relations. Bandung: Pustaka Setia.
- http://www.vale.com/indonesia/EN/press/publication/halovale/Halo_Vale_12_Small_Secured.pdf (Artikel diakses pada 1 Desember 2017, Pukul 13.40 Wita)
- Kartini, Dwi. 2009. Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia. Bandung: PT. Rafika Aditama
- Kodrat, David Sukardi. 2009. Manajemen Strategi: Membangun Keunggulan Bersaing Era Global di Indonesia Berbasis Kewirausahaan. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ruslan, Rosady. 2003. Manajemen PR dan Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi. Jakarta : Raja Grafindo
- Suharto, Edi. 2008. Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggung jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility). Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A.B. 2009. Reputation-Driven Corporate Social Responsibility (Pendekatan Strategic Management Dalam CSR), Jakarta: Esensi. 2007. Corporate Sosial Responsibility:

Management Dalam CSR, Jakarta: Jakarta Consulting Group

- Usman Basyiruddin dan Nurdin Syafruddin. 2002. Guru professional dan implementasi kurikulum. Jakarta: Ciputat Pers.
- Wibisono, Yusuf. 2007. Membedah Konsep dan Aplikasi CSR. Gresik: fascho Publishing