

## **BAB III**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. SAJIAN DATA**

Pada bab III ini, peneliti akan memaparkan data yang diperoleh mengenai implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya yang terletak di Kampung Maspati, Kelurahan Bubutan, Kecamatan Bubutan, Kota Madya Surabaya. Data yang akan disajikan oleh peneliti yaitu berupa data wawancara terhadap informan, observasi, dokumen dan dokumentasi, selain itu pada bab III ini data akan dianalisis sesuai dengan kerangka teori yang ada pada bab I.

Penyajian akan disusun berdasarkan implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati, pada implementasinya terdapat tiga tahap yaitu perencanaan dimana hal tersebut berupa latar belakang dan tujuan utama dibentuknya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati, tahap selanjutnya berupa pelaksanaan dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati bagaimana proses kegiatan tersebut dilaksanakan masyarakat berikut faktor pendukung dan faktor penghambat yang ada. Pada tahap terakhir yaitu evaluasi apakah program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati berhasil memberikan manfaat program.

Diantara tiga tahapan tersebut juga akan dipaparkan mengenai pendapat dari masyarakat penerima manfaat program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati atas keikutsertaan mereka dalam program

*Corporate Social Responsibility (CSR) Kampung Lawas Maspati beserta manfaat yang diperoleh akan pelaksanaan program dan pasca program Corporate Social Responsibility (CSR) Kampung Lawas Maspati.*

### **1. Latar Belakang terbentuknya program *Corporate Social Responsibility (CSR) Kampung Lawas Maspati PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya***

Pelindo III sebagai perusahaan yang berkategori jasa ingin memiliki sebuah kampung binaan yang akan dibina terus menerus dari tahun ke tahun dengan jangka waktu yang telah ditentukan. Sebelumnya Pelindo III memiliki desa binaan di Malang yang disana terdapat banyak sekali para nelayan namun selang berjalan setahun desa binaan tersebut tidak memiliki perkembangan yang baik. Dengan hal itu Pelindo III memberhentikan lalu mulai mencari sebuah kampung yang dekat dengan perusahaan dan sudah mempunyai keunggulan dibandingkan dengan kampung lainnya di sekitar perusahaan.

Pelindo III mempertimbangkan pemilihan Kampung Lawas Maspati karena di kampung ini terdapat beberapa rumah yang masuk dalam salah satu Cagar Budaya. Selain itu, masyarakat di kampung Maspati juga memiliki keunggulan yaitu memiliki kekompakan, dicontohkan dengan kegiatan masyarakat yang selalu bergotong-royong untuk memajukan kampungnya hingga memenangkan beberapa perlombaan. Keunggulan lainnya yaitu adanya potensi masyarakat yang dikembangkan menjadi UKM handal dengan beberapa produk seperti : minuman herbal (maskisa, beras kencur, sinom, cincau, jahe, dll), aneka snack khas Maspati, aneka makanan dan kerajinan tangan/handycraft (dolan lawas, batik, souvenir).

Pelindo III memperkuat dengan bertujuan memberdayakan masyarakat seperti bisa menjadi penghasil jasa gaet untuk sumber kehidupan, ditambah dengan memberikan pelatihan lalu membuat berbagai macam event yang menarik untuk dijadikan salah satu destinasi wisata. Maka dengan adanya pemberdayaan ini masyarakat Kampung Lawas Maspati pun dapat hidup dan mengidupi.

Sebelum proses pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati dilakukan, Pelindo III melakukan koordinasi dengan Pemerintah Kota Surabaya dalam hal ini kepada Ibu Risma sebagai Wali Kota Surabaya karena terkait dengan perizinan atau legalitas dalam melakukan sebuah program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari suatu perusahaan. Dengan ini proses pengkoordinasian untuk menjalin hubungan baik dengan pemerintahan daerah setempat, Pelindo III juga melakukan koordinasi dengan Dinas Sosial Kota Surabaya walaupun tidak secara langsung untuk menampung kreatifitas warga.

Program peningkatan ekonomi kreatif di Kampung Lawas Maspati ini dapat meningkatkan pariwisata di Surabaya baik lokal maupun non lokal karena Pelindo III membantu Pemerintah Kota Surabaya meningkatkan sektor pariwisata dengan melestarikan Cagar Budaya Kota Surabaya dan didukungnya salah satu visi misi Program Bina Lingkungan dan Kemitraan (PKBL) yang sejalan dengan tujuan atau target Kampung Lawas Maspati yaitu meningkatkan perekonomian mandiri. Dapat dikatakan sejak awal Pelindo III telah melihat potensi Kampung Lawas Maspati untuk dijadikan sebagai kampung wisata. Pembinaan kampung lawas ini menjadi kampung wisata tampak sejalan dengan upaya Pelindo III meningkatkan pariwisata dengan dibangunnya Pelabuhan Tanjung Perak sebagai pelabuhan singgah cruise (kapal pesiar) internasional.

## **2. Implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya**

Latar belakang *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Pelindo III di kampung lawas Maspati memperlihatkan adanya pembinaan kampung ke arah pembentukan kampung wisata Maspati sehingga implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati tahun 2015-2016 mengarah pada terbentuknya kampung wisata Maspati. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini dilaksanakan melalui 3 (tiga) tahapan yaitu perencanaan program, pelaksanaan program dan evaluasi.

### **2.1 Perencanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya**

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati merupakan program berbasis pemberdayaan masyarakat oleh Pelindo III yang bertujuan untuk mendorong kemandirian dan kreatifitas dalam meningkatkan sektor pariwisata kota Surabaya, khususnya Kampung wisata Maspati. Kampung Lawas Maspati dipilih oleh Pelindo III karena kampung ini memiliki keunggulan untuk dijadikan sebagai tempat tujuan wisata. Keunggulan tersebut yaitu ada sejumlah bangunan Cagar Budaya, kehidupan masyarakat kampung yang guyup dan kompak, serta lingkungan yang asri dan tertata dengan baik sebagaimana dikemukakan oleh Edi Priyanto di bawah ini.

Kali ini ingin mempunyai kampung binaan yang dekat pelabuhan sendiri, dengan pertimbangan bahwa di Kampung Lawas Maspati ini memiliki banyak keunggulan di banding kampung lainya. Pertama disana memiliki rumah yang sudah tua yang sebenarnya masuk Cagar Budaya karena itu patut dilestarikan. Kedua Kampung Lawas Maspati tersebut memiliki kekompakan, keguyupan dan kegiatan dimasyarakat untuk

melaksanakan gotong-royong. Kemudian ketiga adalah kampung tersebut menjuarai perlombaan Green and Clean dikota Surabaya, lingkungannya yang asri, hijau, dan tertata dengan baik. Salah satu yang menjadi alasan kita untuk memilih Kampung Lawas (Edi Priyanto, Kepala Assekper Humas Pelindo III. Hasil wawancara 13 September 2016).

Sejumlah keunggulan Kampung Lawas Maspati tersebut menjadi modal dasar *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pelindo III untuk memperlihatkan bahwa Pelindo III tidak hanya berfokus pada masalah kepelabuhanan, tetapi juga pada kepariwisataan, bahkan mensinergikan keduanya dengan memfasilitasi kunjungan kapal pesiar ke Kampung Lawas Maspati sebagaimana dikemukakan oleh Ardella Trastiana Dewi.

Kesan yang muncul, PT Pelindo III sebagai BUMN kepelabuhanan nyasar ke sektor wisata. Tetapi ini menarik karena kepariwisataan ini secara tidak langsung itu akan mempengaruhi bisnis PT Pelindo III. Misal kedatangan kapal pesiar bisa diarahkan ke Maspati untuk meningkatkan pariwisata dan juga meningkatkan taraf hidup warga kampung lawas Maspati (Hasil wawancara dengan Ardella Trastiana Dewi, Pelaksana Utama I Humas PT Pelindo III, 30 April 2016).

Pandangan tersebut sejalan dengan keunggulan Kampung Lawas Maspati sebagai kampung yang memiliki banyak bangunan Cagar Budaya sebagaimana dijelaskan ketua RW VIII.

Ada petilasan-petilasan rumah yaitu rumah 1907 yang dibangun pada 1907 rumah itu masih ada utuh tidak berubah sama sekali, dan rumah ongko loro adalah sekolah kolonial belanda jaman dulu setiap kampung ada rumah yang dibuat sekolah untuk memberantas buta huruf dan rumah jajaharjo asli ponorogo dan bapaknya raden itu adalah selir, dari situ ada tanah percikan karena bebas pajak dingamba'an ponorogo bapaknya seorang. Akhirnya dia merantau kesurabaya mencari pekerjaan disitu dia masuk, dijaman kolonial belanda cari pekerjaan itu gampang kalau keturunannya raden (wawancara dengan Sabar, Ketua RW VIII, 07 Mei 2016).

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati merupakan program berbasis pemberdayaan masyarakat berupa program bina lingkungan dan kemitraan di dalam (PKBL) Pelindo III Surabaya yang di sinergikan dengan program Pemerintah kota Surabaya untuk meningkatkan sektor pariwisata dengan melestarikan Cagar Budaya yang ada.

Dalam proses perencanaannya Pelindo III bekerjasama dengan Pemerintah Kota Surabaya dalam hal ini yaitu Tri Rismahari selaku Walikota, Dinas Pariwisata atau pengelola obyek wisata, dan Dinas Sosial. Pemerintah Kota Surabaya sebagai pembuat kebijakan maupun regulator memiliki kewenangan untuk mendukung keberhasilan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pelindo III di Kampung Maspati. Dalam konteks pembangunan Kampung wisata Maspati, Pemerintah Kota Surabaya berkepentingan terhadap meningkatnya kesejahteraan warga Kampung Lawas Maspati serta peningkatan wisata di Surabaya pada umumnya.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Kampung Lawas Maspati bukan hanya menjadi kepentingan Kampung Lawas Maspati maupun Pemerintah Kota Surabaya, tetapi juga kepentingan Pelindo III sendiri. Hal ini terungkap dari studi dokumen yang menyebutkan bahwa Pelindo III terus berusaha meningkatkan kunjungan turis mancanegara untuk datang ke Surabaya dengan dioperasikannya Terminal Gapura Surya Nusantara, Pelabuhan Tanjung Perak sebagai pelabuhan singgah *cruise* (kapal pesiar) internasional.

Perencanaan program Kampung Lawas Maspati dirancang sejalan dengan visi misi program kemitraan bina lingkungan (PKBL) Pelindo III yaitu memacu

perekonomian daerah yang aktif dan dinamis, menjadikan pengusaha kecil yang tangguh, mandiri, dan profesional dalam rangka mewujudkan ketahanan ekonomi, dengan bentuk pelatihan pengembangan sarana dan prasarana serta pelestarian alam (Cagar Budaya).

Perencanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pelindo III disusun melalui beberapa tahap yaitu menyusun tujuan program, mengkomunikasikan dan mensinergikan program, menetapkan sasaran program, dan menjalin kerjasama dengan kelompok sasaran. Masing-masing tahap diuraikan di bawah ini:

1. Menyusun tujuan pelaksanaan program.

Perusahaan merencanakan untuk mengadakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di suatu lokasi pasti telah melalui berbagai pertimbangan. Pertimbangan yang utama yaitu tercapainya kepentingan perusahaan yaitu Pelindo III maupun kepentingan penerima program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu masyarakat Kampung Lawas Maspati.

Pelindo III membuat program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati yang berawal dari diskusi dan kebutuhan warga penerima manfaat. Diskusi dikemas dalam bentuk *Focus Group Discussion* (FGD) yaitu diskusi kelompok terarah. *Focus Group Discussion* (FGD) diikuti oleh stakeholders kampung lawas Maspati sebelum pelaksanaan program yang lain dilaksanakan *Focus Group Discussion* (FGD) ini dilakukan untuk menyamakan persepsi antara Pelindo III, Pemerintah kota Surabaya dan pengurus Kampung Lawas Maspati terhadap program-program *Corporate Social*

*Responsibility* (CSR) yang akan dilaksanakan di Kampung Lawas Maspati terkait rencana menjadikan Kampung Lawas Maspati sebagai kampung wisata.

Pihak pengurus Kampung Lawas Maspati yang terlibat dalam hal diskusi ini yaitu ketua RW dan beberapa di dalamnya ketua RT. Pada tahap pertama Pelindo III meminta masukan dari warga sendiri karena yang mengetahui keadaan persis lapangan adalah warga Kampung Lawas Maspati setelah itu masukan tersebut ditampung di dalam susunan perencanaan program serta memprioritaskan beberapa program yang harus didahulukan.

Gambar 3.1 Persetujuan Pelindo III dengan Pengurus Kampung Lawas Maspati



Sumber : Dokumentasi Kampung Lawas Maspati, 2016.

Kesepakatan tentang tujuan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) antara Pelindo III dan masyarakat Maspati menjadi pedoman bersama dalam menyusun program kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kesepakatan tentang tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dicapai melalui proses komunikasi antara pihak perusahaan dan masyarakat. Sekalipun di dalam Pelindo telah menegaskan adanya bina lingkungan dan kemitraan, upaya

menggali masukan dari masyarakat tetap dibutuhkan guna menumbuhkan komitmen dan partisipasi masyarakat dari awal program.

Tabel 3.1 Susunan Fokus Group Discussion (FGD) Kampung Lawas Maspati

No	Tanggal	Tema FGD
1	4 Januari 2015	Audience RT/RW Pembinaan Kampung Lawas Maspati: Renovasi Gapura, Penghijauan
2	26 Januari 2015	Mendirikan Koperasi, Mendaftarkan Sebagai Destinasi Pariwisata
3	3 Februari 2015	Pelatihan Eunterprener
4	12 Maret 2015	Penyusunan program kerja mengenalkan ke Kampung Lawas Maspati dengan Publikasi/Booklet

Sumber : Wawancara Peneliti

## 2. Pengkomunikasian dan penyinerjian program.

Proses komunikasi dalam menyusun rencana *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada dasarnya telah dilakukan sejak awal, baik komunikasi dengan Pemerintah Kota Surabaya sebagai regulator dan pembuat kebijakan maupun dengan masyarakat Maspati. Proses komunikasi Pelindo III dengan pemerintah Kota Surabaya dilakukan dalam hal perizinan dan legalitas untuk melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) selain itu.

Selain proses komunikasi dengan Pemerintah Pelindo III juga melakukan komunikasi dengan dinas Pariwisata dalam hal mendaftarkan Kampung Lawas Maspati menjadi obyek wisata dengan Cagar Budaya dan Dinas Sosial terkait dengan pembentukan dan pembinaan koperasi untuk menampung hasil kreatifitas warga. Komunikasi juga dilakukan kepada warga masyarakat sebagaimana dikemukakan Edi Priyanto sebagai berikut.

Jadi saat perencanaan kita berdiskusi dengan Ketua RW dan RT yang terlibat di dalamnya, ditahap pertama kita meminta masukan untuk masyarakat dahulu karena yang mengerti persis lapangan adalah mereka. Baru masukan itu kita tampung di dalam perencanaan dan yang mana prioritas untuk dilakukan, terus terang kalau tidak prioritas nanti menjadi simpang siur disebabkan keinginan masyarakat banyak (wawancara dengan Edi Priyanto selaku Kepala Assekper Humas PT Pelindo III, 13 September 2016).

Komunikasi dengan pengurus kampung baik di tingkat RW maupun RT dimaksudkan untuk mendapatkan masukan-masukan tentang keinginan ataupun kebutuhan masyarakat. Berdasarkan sejumlah kebutuhan yang disampaikan oleh masyarakat, Pelindo III bersama Ketua RW maupun ketua RT kemudian menyusun prioritas kegiatan.

### 3. Pendefinisian pemilihan sasaran Program.

Pelindo III mendefinisikan atau menetapkan kelompok sasaran program agar *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Kampung Lawas Maspati agar kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bernilai strategis guna mencapai tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kelompok sasaran program yang dipandang tepat yaitu di RW 8 kelurahan Bubutan karena RW 8 merupakan Kampung Lawas Maspati yang banyak terdapat objek bangunan Cagar Budaya

yang berpotensi sebagai destinasi wisata sebagaimana dikemukakan oleh Edi Priyanto sebagai berikut:

Kampung Lawas Maspati ini memiliki banyak keunggulan di banding kampung lainnya. Di sana memiliki rumah yang sudah tua yang sebenarnya masuk Cagar Budaya karena itu patut dilestarikan (wawancara dengan Priyanto selaku Kepala Assekper Humas PT Pelindo III, 13September 2016).

Penjelasan Edi Priyanto di atas sesuai dengan observasi yang menunjukkan banyak bangunan tua di Kampung Lawas Maspati, di antaranya adalah rumah yang pernah menjadi sekolah Ongko Loro pada tahun 1907.

Gambar 3.2 Bangunan Cagar Budaya Kampung Lawas Maspati



Sumber : Dokumentasi Kampung Lawas Maspati, 2016

Dari gambar di atas bisa kita lihat bahwa benar m

asih ada beberapa rumah lawas yang penting untuk dijaga karena sejarahnya. Observasi dilakukan pada hari Kamis 13 September 2016 mendapati beberapa rumah lawas tahun 1907, losmen Asri, dan sekolah Ongko Loro. Pelindo III berpandangan bahwa Kampung Lawas Maspati mempunyai potensi untuk dikembangkan menjadi salah satu obyek wisata Cagar Budaya.

Selain Cagar Budaya, Kampung Lawas Maspati juga memiliki keunggulan yaitu berupa tradisi masyarakat yang masih lekat yaitu kehidupan yang guyup dan penuh gotong-royong sebagaimana diungkapkan oleh Edi Priyanto sebagai berikut.

Kampung Lawas Maspati tersebut memiliki kekompakan, keguyupan dan kegiatan dimasyarakat untuk melaksanakan gotong-royong. Kemudian ketiga adalah kampung tersebut menjuarai perlombaan *Green and Clean* di Kota Surabaya, lingkungannya yang asri, hijau, dan tertata dengan baik. Salah satu yang menjadi alasan kita untuk memilih Kampung Lawas (wawancara dengan Priyanto selaku Kepala Assekper Humas PT Pelindo III, 13 September 2016).

Kehidupan yang guyup dan penuh gotong-royong di Maspati telah membuahkan hasil yaitu berupa menjuarai perlombaan *Green and Clean* di Kota Surabaya sebagai lingkungan yang asri, hijau, dan tertata dengan baik.

4. Membentuk kerjasama dengan penerima manfaat program melalui tokoh-tokoh masyarakat setempat seperti RT dan RW

Gambar 3.3 Sosialisai Pelindo III dengan Tokoh Masyarakat



Sumber : Dokumentasi Kampung Lawas Maspati, 2016

Pelindo III melakukan kerjasama dengan para pemangku kepentingan dalam hal ini tokoh-tokoh masyarakat setempat seperti ketua RW, ketua RT, dan yang berkaitan dengan pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Kampung Lawas Maspati dapat didukung dan benar-benar dirasakan manfaatnya oleh warga sosialisai terus dilakukan pada warga masyarakat RW 8 Bubutan agar benar-benar mengetahui dengan pasti apa itu program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Kampung Lawas Maspati dan apa yang menjadi tujuan dilaksanakannya.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa proses perencanaan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* melibatkan berbagai pihak. Pelindo III terlebih dulu mengajak dialog dengan pengurus Kampung Lawas Maspati baik di tingkat RT maupun RW. Saat yang sama, Pelindo III juga bekerjasama dengan Pemerintah Kota Surabaya. Sejumlah program yang berhasil dimunculkan dalam rencana *Corporate Social Responsibility (CSR)* yaitu:

1. Renovasi fasilitas umum seperti balai RW, gapura, makam situs, tenant UKM, phothobooth, dan penghijauan.
2. Menyiapkan sarana promosi wisata Maspati yang meliputi booklet, signage, photobooth, website, publikasi media, visitasi blogger.
3. Memberikan pelatihan kewirausahaan untuk UKM, guide wisata sejarah, bahasa Inggris, keterampilan membatik, keterampilan pemasaran dan mengikuti pameran-pameran.

4. Mendirikan koperasi disertai dengan pembinaan serta mendaftarkan Maspati sebagai salah satu objek wisata sejarah di Surabaya.
5. Menyelenggarakan festival kampung lawas dan launching kampung lawas di Surabaya.

## **2.2 Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya**

Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah direncanakan bersama antara Pelindo III bersama stakeholder dilakukan secara bertahap. Fokus *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Kampung Lawas Maspati adalah untuk mengembangkan kampung ini menjadi kampung wisata. Pada tahap ini, kembali dilakukan diskusi kelompok terarah atau *Focus Group Discussion* (FGD). Pihak yang hadir dalam *Focus Group Discussion* (FGD) ini yaitu dari pihak humas Pelindo III dan pengurus Kampung Lawas Maspati. *Focus Group Discussion* (FGD) menghasilkan masukan tentang pentingnya renovasi sarana prasarana Kampung, sarana promosi wisata, pelatihan berbagai keterampilan yang mendukung kegiatan wisata.

Masukan atau usulan dalam *Focus Group Discussion* (FGD) dimasukkan dalam kegiatan yang dilaksanakan dalam rangkaian *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu pembuatan logo, renovasi sarana prasarana Kampung, penyediaan sarana promosi wisata, pelatihan keterampilan yang mendukung wisata serta melaksanakan event festival sebagai bagian dari promosi wisata.

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) ini dimulai pada pertengahan tahun 2015, untuk proses awal dimulai dari Program Bina Lingkungan yaitu dengan kegiatan perbaikan sarana dan prasarana ditunjukkan dengan beberapa kegiatan seperti:

Tabel 3.2 Kegiatan Perbaikan Sarana Prasarana Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) Pelindo III

No.	Berbentuk Hibah	Tanggal Penyaluran
1.	Renovasi Ruang Serbaguna	6 April 2015
2.	Pembangunan Gapura, Ruang Resepsionis, Renovasi Persarean, Renovasi Balai RW	27 Agustus 2015
3.	Pekerjaan Interior Gapura, Counter Sovenir, Kantor Koperasi	6 November 2015
4.	Pembuatan 2 Gapura dan Kelengkapan Neon Box	22 Maret 2016

Sumber: Dokumen Humas Pelindo III dan Kampung Lawas Maspati, 2016

Renovasi total ruang serba guna di tengah Kampung dibiayai oleh Pelindo III. Renovasi bangunan serba guna di Kampung Maspati dengan harapan dapat menjadi tempat bagi warga untuk melakukan berbagai kegiatan, termasuk berdiskusi memajukan kampungnya. Renovasi dimulai bulan April 2015 dan selesai bulan Maret 2016. Pengerjaan renovasi sepenuhnya memanfaatkan pihak ketiga, yaitu kontraktor. Dalam hal ini pengurus Kampung hanya mengawasi saja dan berkoordinasi dengan Pelindo III sebagai pihak yang memberikan dana.

Pembangunan sarana fisik berupa pembangunan gapura, ruang resepsionis, renovasi persarean, renovasi balai RW diserahkan kepada pihak ketiga yaitu para pekerja bangunan sehingga tidak dilakukan secara gotong-royong. Kegiatan gotong-royong hanya dilakukan untuk pemeliharaan sarana. Pekerjaan interior gapura, counter souvenir, kantor koperasi juga dilakukan secara profesional yaitu diserahkan pada tukang kayu. Demikian pula dengan pembuatan 2 gapura baru dan pemasangan neon box. Dalam hal ini, dana renovasi sepenuhnya dari Pelindo III yang diserahkan kepada pengurus Kampung untuk digunakan membiayai kegiatan renovasi tersebut. Observasi terhadap fasilitas umum seperti balai RW, gapura, Tenant UKM, dan penghijauan di Kampung Lawas Maspati tanggal 13 september 2016 memperlihatkan adanya gapura dan lingkungan yang asri di setiap gang di Kampung Lawas Maspati. Terkait dengan pelaksanaan pembangunan sarana fisik, Kepala Assekper Humas PT Pelindo III menjelaskan:

Pelindo III membantu perbaikan fasilitas-fasilitas seperti balai RW, kemudian makam, renovasi gapura, kemudian kita juga menyiapkan pendukung ada photo booth yang kita siapkan, kemudian papan nama, kemudian arah lokasi (wawancara dengan Edi, Kepala Assekper Humas PT Pelindo III, 21 Juli 2016).

Hal tersebut di atas juga dikuatkan oleh keterangan ketua RW VIII, bantuan fisik maupun sponsorship sering diwujudkan dalam bentuk dana sebagaimana dikemukakan dalam kutipan wawancara berikut.

Uang pembangunan fisik seperti aula, persarean, gapura, koperasi uang binaan 40juta-60juta-70jutadan terkadang setiap event diberi uang 15juta (wawancara dengan Sabar, Ketua RW VIII, 19 Juli 2016).

Kegiatan bina lingkungan berupa pengadaan maupun perbaikan sarana fisik lebih banyak dikerjakan oleh pihak ketiga dengan dikoordinasikan oleh ketua RW setempat dan petugas dari Assekper humas Pelindo III. Pelindo III memberikan dana hibah sesuai dengan usulan yang telah disepakati antara Humas Pelindo III dan masyarakat. Dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Kampung Lawas Maspati ini, ketua RW memegang peran penting sebagai penghubung antara masyarakat Maspati dengan Assekper humas Pelindo III. Dalam hal ini, ketua RW sering dipandang mengambil keputusan sepihak tanpa terlebih dulu meminta masukan dari sebagian besar warga. Salah seorang warga menjelaskan sebagai berikut.

Pak RW membuat rincian kegiatan pembuatan sarana fisik, kemudian diberi dana dari Pelindo III, sering pak RW nggak minta masukan dari sebagian warga terlebih dulu, jadi kesannya semaunya sendiri, apa yang baik menurut pak RW, maka itu yang dibiayai untuk dibangun (wawancara Bu Rini, tanggal 18 Desember 2016)

Fakta di atas memperlihatkan bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Kampung Lawas Maspati khususnya dalam bentuk bina lingkungan yang diwujudkan berupa pembangunan sarana fisik lebih banyak ditentukan oleh ketua RW atas nama warga dengan persetujuan dari Assekper humas Pelindo III sebagai pengelola program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Program bina lingkungan ini bukan hanya dalam bentuk bantuan pembangunan sarana fisik, tetapi juga berupa bantuan sembako murah yang dikemas dalam acara bakti sosial. Pelaksanaan baksos dilakukan atas keputusan dari Pelindo III yang kemudian diinformasikan kepada ketua RW untuk

disampaikan kepada masyarakat melalui ketua-ketua RT mengenai waktu, tempat pelaksanaan, harga dan jumlah keluarga dari tiap-tiap RT yang berhak mendapat kupon pasar murah. Kegiatan pasar murah ini menjual 500 paket sembako murah yang total keseluruhan perpack sebesar Rp.150.000,- rupiah namun dijual ke warga hanya Rp.25.000,- rupiah.

Pelaksanaan kegiatan untuk mempromosikan Kampung wisata ini diwujudkan dalam bentuk pemasangan *photoboth*, *booklet*, dan *banner*, dan kegiatan *Sponsorship*. Observasi terhadap sarana promosi wisata Maspati (*photobooth*, *banner*, *booklet*) dilakukan pada tanggal 18 Desember 2016 di Kampung Lawas Maspati. Kampung Lawas Maspati menyediakan *booklet* bagi wisatawan sebagai sarana promosi. *Booklet* berisi informasi baik tulisan ataupun gambar tentang berbagai objek wisata di Kampung Lawas Maspati. Di tempat-tempat tertentu, dipasang banner sebagai papan informasi bagi pengunjung seperti informasi tentang Kampung Lawas Maspati sebagai kampung *Green and Clean*, bank sampah, losmen asri, koperasi dan sarana pengolahan limbah. Bagi pengunjung yang menginginkan foto kenangan atau sekedar selfi, di kampung ini memasang *photobooth*.

Terkait dengan sponsorship, Pelindo III mensponsori sejumlah kegiatan di Kampung Lawas Maspati seperti ditunjukkan pada:

Tabel 3.3 Kegiatan Sponsor Untuk Mendukung Wisata di Kampung Lawas Maspati

No.	URAIAN	PERIODE
1.	Partisipasi kegiatan festival kampung lawas	Mei 2015

2.	Partisipasi kegiatan peresmian Kampung Lawas Maspati sebagai kampung wisata Surabaya	Januari 2016
3.	Penampilan Musik Patrol saat <i>Lauching Surabaya North Quay</i>	Maret 2016
4	Biaya sewa tenant	April 2016
.5	Akomondasi pengurus Kampung Lawas Maspati ke Asdep Pemberdayaan Masyarakat di Jakarta	Juni 2016
6	Partisipasi acara hari Habitat Sedunia di Kampung Lawas Maspati	Juli 2016

Sumber: Dokumen Humas Pelindo III dan Kampung Lawas Maspati, 2016

Partisipasi kegiatan festival Kampung Lawas Maspati pada bulan Mei 2015 dilakukan dengan memberikan bantuan dana sekaligus juga ikut menghadiri festival Kampung Lawas Maspati bersama walikota Surabaya Tri Rismaharini. Selanjutnya ketika peresmian Kampung Lawas Maspati sebagai Kampung wisata, Direktur Pelindo III juga ikut hadir. Jadi partisipasi Pelindo III bukan hanya *sponsorship* dan pembangunan sarana fisik, tetapi juga perhatian dengan melihat langsung aktivitas di Kampung Lawas Maspati.

Upaya mengenalkan Kampung wisata Maspati juga dilakukan Pelindo III, di antaranya dengan memberi kesempatan tampilnya atraksi musik patrol yang dimainkan anak-anak Kampung Maspati dalam acara Surabaya *North Quay*.

Acara Surabaya *North Quay* merupakan sebuah event wisata bahari di Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya yang digagas Pelindo III.

Partisipasi dalam acara hari Habitat Sedunia di Kampung Lawas Maspati dilakukan dengan cara Pelindo III memfasilitasi kunjungan peserta konferensi internasional Prepcom (*Preparatory Committee*) UN Habitat di Kampung Lawas Maspati pada tanggal 27 Juli 2016. Hal ini merupakan bagian dari upaya mengenalkan Kampung wisata Maspati ke dunia internasional.

Kegiatan *sponsorship* berupa kegiatan partisipatif di atas dikuatkan dengan pelaksanaan branding atau sebuah promosi. Promosi di Kampung Lawas Maspati dilakukan melalui media cetak dan web/blog. Promosi melalui media cetak bekerja sama dengan para wartawan-wartawan dengan cara mengundang wartawan untuk meliput kegiatan di Kampung wisata Maspati. Promosi melalui sosial media menggunakan web/blog.spot yang disana sudah cukup lengkap untuk mendapatkan informasi dari sejarah hingga kegiatan rutin maupun event-event berbeda setiap minggunya yang telah dilakukan.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui program bina lingkungan berjalan sesuai dengan kondisi kampung seperti halnya setelah hampir selesainya kegiatan perbaikan sarana dan prasarana, banyak event seperti festival kampung lawas yang diadakan setiap tahun, peringatan hari pariwisata dunia bersama Fakultas Pariwisata Universitas Ciputra Surabaya pada 27 September 2016, dan event peringatan hemat energi pada 18 September 2016 dengan Komunitas *Earth Hour* Surabaya (EH Surabaya) yang merupakan komunitas yang

bergerak dalam kampanye hemat energi. Terkait dengan event, Edi Priyanto menjelaskan.

Kegiatan paten festival tiap tahun, lalu kalau yang melibatkan dengan luar ya itu tapi kan agendanya kan banyak peminat yang masuk kesitu menggunakan fasilitas itu event-event banyak cuman kita sifatnya lebih mereka harus ada kemandirian bukan harus dituntun terus, salah kita kalau harus dituntun terus, kita harus memberikan kailnya bukan memberikan ikannya (Edi Priyanto, Kepala Assekper Humas Pelindo III, Hasil Observasi, 21 Juli 2016).

Program ini mempunyai kegiatan rutin berdagang dari hasil cocok tanam yang diunggulkan dari setiap RT untuk di jual saat *weekend* atau pada hari sabtu dan minggu, serta event tahunan yang sudah berjalan selama dua tahun yaitu Kampung Lawas. Program tidak rutinnya sendiri adalah penerimaan tamu ataupun wisatawan yang datang karena tidak setiap hari ada wisata datang.

Program Kemitraan di Kampung Lawas Maspati sudah mulai berjalan meskipun belum mendapatkan bantuan pinjaman lunak. Program Kemitraan dimulai saat semua Program yang sedang berjalan dan bertahap ini sudah mencapai di titik aman atau dapat dikatakan stabil. Kemitraan ditunjukkan dengan adanya sejumlah pelatihan sebagaimana diungkapkan Edi Priyanto berikut:

Kemitraannya ya dengan mendirikan koperasi, kemudian membina terus kemudian memberikan pelatihan UMKM, pelatihan gaet, pelatihan enterpreneur, juga memberdayakan memberikan fasilitas kepada seni patrol. Nah musik patrol itu juga adalah kita bina, dan kita promosikan supaya mereka ini ibaratnya menjadi terkenal sehingga nanti ada tanggapan uangnya kontribusi untuk mereka (Edi Priyanto, Kepala Assekper Humas Pelindo III, Hasil Observasi, 21 Juli 2016).

Kemitraan diwujudkan dalam bentuk pelatihan pengembangan kapasitas masyarakat. Pelatihan guide telah menghasilkan empat orang warga yang mampu menjadi guide bagi wisatawan di Kampung Lawas Maspati.

Dalam hal ini, Pelindo III dan pengelola Kampung Lawas Maspati telah mengadakan sejumlah pelatihan untuk mendukung event kunjungan wisata yang ramai pada hari libur atau hari sabtu dan minggu sebagaimana dikemukakan Edi Priyanto berikut.

Harus bisa mengembangkan termasuk mulai jualan tiap sabtu minggu kan kita buka. Kalau *event* mereka sabtu minggu buka untuk pengunjung domestik termasuk untuk yang jualan nah itu untuk memperdayakan, jadi itu ada campur tangan orang luar tapi mereka bisa hidup dan itu menghidupkan (Edi Priyanto, Kepala Assekper Humas Pelindo III, Hasil Observasi, 21 Juli 2016).

Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Kampung Lawas Maspati sebagai kampung wisata dicapai melalui dua program yaitu program jangka pendek dan program jangka panjang. Pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) seperti merenovasi fasilitas umum, menyiapkan sarana dan prasarana wisata Maspati, memberikan pelatihan kewirausahaan, mendirikan koperasi dan menyelenggarakan festival Kampung Lawas adalah program jangka pendek yang mendukung pencapaian program jangka panjang. Observasi terhadap hasil pelatihan kewirausahaan untuk UKM dan koperasi tanggal 18 Desember 2016 di Kampung Lawas Maspati mendapati souvenir, makanan dan minuman yang merupakan produksi rumahan warga Maspati sendiri. Minuman tradisional dipajang di etalase untuk dijual kepada pengunjung.

Barang souvenir yang disediakan yaitu kaos, topi, boneka, asesoris, serta gantungan kunci.

Program jangka panjang *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pelindo III di kampung Maspati ini yaitu: pertama, menjadikan kampung lawas Maspati sebagai destinasi wisata sejarah di Kota Surabaya dan menjadikan bangunan tua sebagai homestay bagi para wisatawan dengan menyiapkan bangunan tua terlebih dahulu, lalu membersihkannya, dicat kembali untuk homestay nya. Kedua, menjadikan Kampung Lawas Maspati sebagai bagian dari program city tour wisatawan asing yang berkunjung di kota Surabaya dengan melakukan kerjasama dengan agent city tour manca negara untuk memberikan pilihan kunjungan dari kapal periar yang datang. Ketiga, menjadikan Kampung Lawas Maspati sebagai destinasi wisata sejarah dan perjuangan serta wisata permainan tempo dulu ditunjukan dekatnya lokasi tugu pahlawan dengan Kampung Lawas Maspati dan menetapkan beberapa mainan jaman dahulu kala. Berbagai program jangka panjang tersebut sudah mulai diupayakan, disamping dengan perbaikan sarana prasarana serta mempersiapkan SDM melalui pelatihan-pelatihan, juga diupayakan dengan menyediakan aneka dolanan anak serta seni tradisional seperti musik patrol dan tari-tarian.

### **2.3 Evaluasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya**

Evaluasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilakukan oleh Pelindo III sendiri hampir tanpa melibatkan masyarakat kampung Maspati. Hal ini

dikemukakan oleh Ardella Trastiana Dewi, Pelaksana Utama I Humas dari Assekper Hubungan Masyarakat berikut.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berupa bina lingkungan dan kemitraan yang dilakukan oleh Pelindo III dievaluasi oleh Pelindo III sendiri, sejauhmana keberhasilan pelaksanaannya, jadi semua terukur dengan jelas. Jadi, bukan masyarakat yang menilai apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berhasil atau tidak. Mungkin saja masyarakat memberikan evaluasi, tetapi selama ini tidak. Masyarakat hanya mengusulkan sebaiknya begini, tetapi bukan untuk mengevaluasi apa yang sudah kita lakukan di Maspati (hasil wawancara 26 September 2016).

Terkait dengan evaluasi dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR), pihak Pelindo III sendiri belum melakukan evaluasi secara detail dan menyeluruh karena program baru berjalan 2 tahun sebagaimana dikemukakan oleh Edi Priyanto berikut.

Dikarenakan program sedang berjalan selama 2 tahun dan target maksimal sebelum 5 tahun maka belum bisa di evaluasi secara mendetail namun dari beberapa program kegiatan yang telah dilakukan dapat terlaksana dengan baik dan membawa banyak perubahan terutama peningkatan perekonomian (Edi Priyanto, Kepala Assekper Humas Pelindo III. Hasil wawancara 13 September 2016).

Evaluasi dilakukan oleh Pelindo III melalui kegiatan monitoring dan evaluasi. Waktu pelaksanaan monitoring tidak diketahui oleh masyarakat karena dilakukan diam-diam oleh pihak Pelindo III sebagaimana dikemukakan oleh Sabar selaku ketua RW: “Ada monev tapi saya tidak tau seberapa jauh dan itu secara diam-diam” (hasil wawancara tanggal 12 September 2016).

Kegiatan bina lingkungan berupa pengadaan maupun perbaikan sarana fisik lebih banyak dikerjakan oleh pihak ketiga dengan dikoordinasikan oleh

ketua RW setempat dan petugas dari humas Pelindo III sehingga evaluasi terhadap pelaksanaan bina lingkungan tidak melibatkan warga. Karena Pelindo III memberikan dana dalam bentuk hibah berupa dana pembangunan sarana prasarana fisik, maka warga tidak mengembalikan uang tetapi hanya berkewajiban untuk membuat laporan penggunaan keuangan. Laporan tertulis ini bukan suatu bentuk evaluasi, tetapi hanya berupa laporan penggunaan dana *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Keterlibatan masyarakat dalam tahap evaluasi hanya sebatas pada implementasi berbagai kegiatan yang berkaitan dengan pelaksanaan kampung wisata seperti festival tahunan, peresmian Kampung Lawas Maspati sebagai kampung wisata, Penampilan Musik Patrol serta partisipasi warga dalam acara hari Habitat Sedunia di Kampung Lawas Maspati. Dalam hal ini, bukan evaluasi program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dilakukan, tetapi hanya evaluasi terhadap event. Setiap kegiatan pasti dievaluasi. Evaluasi event melibatkan warga masyarakat Kampung karena sebagian besar warga terlibat dalam kegiatan tersebut sebagaimana dikemukakan oleh Edi Priyanto.

Evaluasi dilakukan hanya dilakukan saat program atau kegiatan seperti event besar tahunan atau kegiatan pada hari sabtu dan minggu, kan setiap sabtu dan minggu bisa dipastikan ada kunjungan dari wisatawan (Edi Priyanto, Kepala Assekper Humas Pelindo III. Hasil wawancara 13 September 2016).

Setiap kali selesai suatu event, masyarakat melakukan evaluasi bersama. Misalnya setelah selesai acara peresmian kampung lawas Maspati sebagai kampung wisata, warga di masing-masing RT mengadakan rapat evaluasi mencari masukan hal-hal yang sudah direncanakan tetapi belum sesuai dengan harapan

serta hal-hal yang belum direncanakan tetapi ternyata dibutuhkan di Maspati. Evaluasi hanya terkait dengan kegiatan semata, bukan mengenai alokasi anggaran di masing-masing RT atau pos pembiayaan sebagaimana dikemukakan oleh salah seorang Ketua RT berikut:

Evaluasi dilakukan oleh masyarakat tentang bagaimana pelaksanaan kegiatannya, tetapi bukan mengevaluasi penggunaan dana yang sudah diterima. Memang kita disuruh buat laporan, tetapi belum jalan. Setiap kali ada event, dana yang masuk berapa juga tidak pernah diketahui warga. Tahunya kita ada kegiatan dan sudah ada dana (hasil wawancara dengan ketua RT, 20 September 2016).

Hal ini berakibat pada penggunaan keuangan yang kurang transparan dibuktikan dengan tidak adanya laporan keuangan secara tertulis dan rinci oleh masing-masing RT maupun kelompok masyarakat penerima dana.

Berdasarkan dokumentasi kegiatan festival Kampung Lawas, banyak warga yang terlibat dalam kegiatan festival mulai dari memproduksi dan menjual makanan tradisional, menjaga objek-objek wisata berupa bangunan dan benda-benda bersejarah di Kampung Lawas Maspati, kelompok anak yang memainkan dolanan anak, kelompok pemain musik patrol, pemandu wisata, warga yang bertugas di keamanan, pengambilan gambar/dokumentasi, penerima maupun pengiring tamu, hingga tukang parkir. Keterlibatan seluruh warga ini membuktikan adanya kekompakan dalam menjalankan Kampung Lawas Maspati sebagai kampung wisata. Hanya saja, evaluasi masih terbatas evaluasi kegiatan di masing-masing kelompok, sedangkan evaluasi detail dan menyeluruh belum dilakukan, kecuali evaluasi secara garis besar oleh Pelindo III.

Tahapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mulai dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi sebagaimana diuraikan di atas dirangkum dalam:

Tabel 3.4 Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Kampung Lawas Maspati 2015 – 2016 Melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan

<b>Tahapan</b>	<b>Hasil</b>
<p><b>Perencanaan</b></p> <p>Menyusun tujuan pelaksanaan program melalui <i>Focus Group Discussion</i></p> <p>Pengkomunikasian dan penyinerjian program</p> <p>Pendefinisian pemilihan sasaran Program</p> <p>Membentuk kerjasama dengan penerima manfaat program</p>	<p>Rencana renovasi fasilitas umum kampung Maspati</p> <p>Rencanamenyiapkan sarana promosi wisata Maspati</p> <p>Memberikan pelatihan kewirausahaan untuk UKM, guide wisata sejarah, dll yang mendukung kampung wisata</p> <p>Rencanamendirikan koperasi serta mendaftarkan Maspati sebagai salah satu objek wisata sejarah di Surabaya</p> <p>Rencanamenyelenggarakan festival kampung lawas Maspati.</p>
<p><b>Pelaksanaan</b></p> <p>Renovasi fasilitas umum kampung Maspati</p>	<p>Renovasi Ruang Serbaguna</p> <p>Pembangunan Gapura, Ruang Resepsionis, Renovasi Persarean, Renovasi Balai RW</p> <p>Pekerjaan Interior Gapura, Kantor Koperasi</p> <p>Pembuatan 2 Gapura dan Kelengkapan Neon Box</p>

<b>Tahapan</b>	<b>Hasil</b>
Menyiapkan sarana promosi wisata Maspati	Terbentuknya logo kampung lawas Maspati, Counter Sovenir, tenant UKM, phothobooth, website, publikasi media, visitasi blogger
Memberikan pelatihan kewirausahaan untuk UKM, guide wisata sejarah, dll yang mendukung kampung wisata.	Tersedia 4 orang guide
Mendirikan koperasi serta mendaftarkan Maspati sebagai salah satu objek wisata sejarah di Surabaya	Terbentuknya koperasi sebagai wadah UKM Dijadikannya kampung Maspati sebagai objek wisata
Menyelenggarakan festival kampung lawas Maspati.	Terselenggaranya festival kampung lawas Maspati
<b>Evaluasi</b>	Monitoring oleh Pelindo III Evaluasi menyeluruh belum dilakukan oleh Pelindo III Evaluasi oleh pengurus kampung lawas Maspati setiap kali selesai event kunjungan wisata

Sumber: Diolah dari berbagai sumber, 2016

### **3. Peran Assekper Humas PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) dalam Implementasi Program Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati**

Peran Assekper Humas Pelindo III dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dipilah menjadi dua peran berikut.

Assekper Humas Pelindo III berperan sebagai fasilitator komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat Maspati. Peran ini tampak dari adanya komunikasi antara pihak humas yang diwakili oleh Edi Priyanto dengan pengurus kampung Maspati, maupun antara Edi Priyanto dengan pemerintah Kota Surabaya. Komunikasi bermula ketika pengurus Maspati mengajukan proposal kegiatan festival Kampung Lawas kepada Pelindo III. Edi Priyanto selaku Assekper Humas Pelindo III menerima permohonan bantuan pendanaan festival yang diajukan oleh ketua RW yaitu bapak Sabar atas nama pengurus Kampung Lawas Maspati.

Edi Priyanto mempelajari proposal yang diajukan serta mempelajari keunggulan-keunggulan Kampung Lawas Maspati yang dapat diangkat. Kebetulan, Humas Pelindo III juga sedang mencari masyarakat binaan yang potensial bersinergi dengan pengoperasian pelabuhan kapal pesiar di pelabuhan Tanjung Perak Surabaya. Setelah menemukan ada banyak keunggulan di Kampung Lawas Maspati, Edi Priyanto mengkomunikasikan perihal Kampung Lawas Maspati kepada Direktur SDM dan Umum Pelindo III Toto Heli Yanto sebagaimana tampak pada kutipan wawancara dengan Edi Priyanto berikut.

Sejak lama saya sudah tahu di Maspati ada sejumlah cagar budaya, masyarakatnya juga guyup, kompak. Ketika ada proposal masuk dari pak Sabar tentang rencana festival kampung lawas ada lomba permainan tradisional yaitu dakon,

bakiak, engkle, lalu pameran foto, serta bazar produk kerajinan lokal dan aneka barang lawas, ini kebetulan, bisa dikembangkan jadi objek wisata. Penilaian saya ini kemudian saya sampaikan ke perusahaan (wawancara dengan Edi Priyanto, Assekper Humas Pelindo III, 13 September 2016).

Toto Heli Yanto tertarik dengan konsep festival Kampung Lawas yang diisi dengan aneka lomba permainan tradisional yaitu dakon, bakiak, engkle, lalu pameran foto, serta bazar produk kerajinan lokal dan aneka barang lawas. Aneka hasil industri kuliner warga dari RT 1 hingga RT 6 dapat dibeli langsung saat acara, mulai dari sirup. Toto Heli Yanto setuju untuk memberikan pendanaan festival Kampung Lawas sekaligus setuju untuk melakukan pendampingan usaha dalam rangka memajukan ekonomi masyarakat. Bentuk persetujuan tersebut, PT Pelindo III membiayai festival Kampung Lawas serta memberikan pendampingan. Assekper Humas Pelindo III juga membawahi Assekper Kemitran dan Bina Lingkungan (KBL) sehingga peran Assekper Humas sebagai fasilitator semakin kuat. Assekper (Asisten Sekretaris Perusahaan) berada di bawah koordinasi langsung sekretaris Pelindo III sehingga komunikasi dapat berlangsung lebih mudah dan cepat sampai ke tingkat direktur guna mendapatkan tanggapan.

Menurut Toto Heli Yanto dalam sambutannya di Festival Lawas, Direktur SDM dan Umum Pelindo III Menyatakan bahwa perusahaan ini akan mendampingi usaha kecil agar meningkatkan perekonomian warga sehingga warga tidak menjual aset Cagar Budaya yang tak ternilai. Sejak awal tahun 2015, Pelindo III telah merealisasikan janjinya dengan membangun sarana fisik di Kampung Lawas Maspati.

Fasilitator komunikasi juga dijalankan Assekper Humas Pelindo III dengan menjalin komunikasi dengan pemerintah Kota Surabaya. Wali Kota Risma bersama Direktur SDM dan Umum Pelindo III Toto Heliyanto mengunjungi Kampung Lawas Maspati, di Kelurahan/Kecamatan Bubutan, Kota Surabaya, 26 Mei 2015.

Assekper Humas Pelindo III sejak pertama menerima proposal dari Kampung Lawas Maspati berperan mempelajari dan memetakan permasalahan yang dihadapi seandainya Kampung Lawas Maspati ditetapkan sebagai kampung binaan. Kemungkinan Cagar Budaya berpindah tangan atau dijual oleh pemiliknya, kemungkinan rusak juga telah diperhitungkan. Assekper Humas Pelindo III juga memperhitungkan sarana fisik dan berbagai hal yang dibutuhkan untuk memajukan kampung ini sebagai Kampung wisata. Sebagaimana temuan penelitian tentang latar belakang *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Maspati yaitu berbagai keunggulan kampung ini yaitu sejumlah *heritage*, tradisi masyarakatnya yang masih kuat dalam memelihara kekompakan dan gotong royong, Assekper Humas Pelindo III aktif menyampaikan usulan kepada Pelindo III tentang perlunya menyusun perencanaan dan program yang nantinya dikomunikasikan kepada masyarakat Maspati sehingga ada pertemuan-pertemuan dengan warga yang membahas tujuan pelaksanaan program, pengkomunikasian dan penyinerjian program, mendefinisikan pemilihan sasaran program dan membentuk kerjasama dengan penerima manfaat program melalui tokoh-tokoh masyarakat setempat seperti RT dan RW.

Assekper Humas Pelindo III sebagai *Problem Solving Process* Fasilitator mengetahui proses dari awal hingga akhir implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Kampung Lawas Maspati. Oleh karena itu, Assekper Humas Pelindo III juga aktif melakukan evaluasi program guna mengetahui sejauh mana program telah berjalan sesuai dengan harapan serta hal-hal apa saja yang dirasa masih kurang. Hal-hal yang dirasa masih kurang kemudian disampaikan kepada Pak Sabar sebagai wakil pengurus Kampung Lawas Maspati sehingga muncul perlunya wadah usaha bersama berupa koperasi, promosi melalui website, dan membuat *booklet*.

#### **4. Target Capaian Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya**

Tujuan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pelindo III di Kampung Lawas Maspati adalah untuk meningkatkan perekonomian mandiri yaitu pemberdayaan ekonomi kreatif melalui pembentukan Kampung wisata. Tujuan ini dicapai melalui bina lingkungan dan kemitraan. Target yang telah dicapai dalam program ini tampak dari banyaknya publikasi dan kunjungan wisatawan di Kampung Lawas Maspati sebagaimana dijelaskan dalam kutipan wawancara berikut.

Capaian keberhasilan tampak dari pemberitaan dan daftar pengunjung karena awal kita masuk tahun 2014 akhir Kampung Lawas Maspati tidak ada yang tau dan di pemberitaan belum pernah ada parameternya, semakin banyak membuat event disitu maka semakin menarik. Dengan banyak event yang diselenggarakan maka mereka dapat memberdayakan masyarakat, jelas ada kontribusi disitu (Hasil wawancara dengan Edi Priyanto selaku Kepala Assekper Humas PT Pelindo III, tanggal 13 September 2016).

*Corporate Social Responsibility (CSR)* berhasil membuka lapangan kerja bagi warga Maspati, misalnya menjadi pemandu wisata, penjual makanan tradisional, dan mata pencaharian lain yang berkaitan dengan wisata. Capaian lainnya yaitu terselenggaranya event-event yang menjadi daya tarik wisata sebagaimana dikemukakan di bawah ini.

Bukan kita memberikan uang maupun pelatihansaja tetapi memancing dengan membuat berbagai macam event dikemas supaya Kampung Lawas Maspati ini menjadi menarik tentu tujuannya menjadi tujuan wisata dan warga dapat memanfaatkan untuk mendapatkan mata pencarian(Hasil wawancara dengan Edi Priyanto selaku Kepala Assekper Humas PT Pelindo III, tanggal 13 September 2016).

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)* oleh Pelindo III di Kampung Lawas Maspati telah menghasilkan publisitas sehingga citra perusahaan menjadi positif. Hasil dokumentasi dengan mengkaji berita di media massa menunjukkan ada pemberitaan tentang Kampung Lawas Maspati dan keberhasilan Pelindo III dalam membina Kampung ini sebagai Kampung wisata, di antaranya berita dari [www.beritasatu.com](http://www.beritasatu.com) yang mengangkat berita: "PT Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III Persero, mempromosikan destinasi "Wisata Kampung Lawas Maspati." Kompas online yaitu kompas.com memberitakan dengan judul: "Kampung Lawas Maspati, Kampung Wisata di Surabaya." Antaranews.com mengusung berita dengan judul: "Maspati Surabaya" jadi percontohan Kampung binaan BUMN. Berbagai pemberitaan tersebut membuktikan adanya citra positif

yang berhasil diraih oleh Assekper humas Pelindo III dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Kampung Lawas Maspati.

## **5. Faktor Pendukung dan Penghambat Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya**

### **5.1 Faktor Pendukung Program CSR di Kampung Lawas Maspati**

Keseluruhan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) tampak berjalan dengan baik. Hal ini tidak lepas dari sejumlah faktor pendukung yaitu:

#### **1. Keunggulan Objektif Kampung Lawas Maspati**

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diwujudkan dalam bentuk bina lingkungan dan kemitraan di Kampung Lawas Maspati dengan tujuan utama menjadikan Maspati sebagai objek wisata budaya dapat berhasil dengan baik karena di Maspati sudah memiliki sejumlah keunggulan yang menjadi daya tarik sebagai Kampung wisata.

Kita jadikan Desa wisata karena di Kampung ini ada banyak bangunan Cagar Budaya dan peninggalan. Ada petilasan-petilasan rumah yaitu rumah 1907 yang dibangun pada 1907 rumah itu masih ada utuh tidak berubah sama sekali, dan rumah Ongko Loro adalah sekolah kolonial belanda jaman dulu setiap Kampung ada rumah yang dibuat sekolah untuk memberantas buta huruf dan rumah jajaharjo asli ponorogo dan bapaknya raden itu adalah selir, dari situ ada tanah perdikan karena bebas pajak. juga ada makan bah bunyut suruh adalah cucu dari sawung galih, kita jadikan desa wisata(Sabar Seastono, Ketua RW . Hasil wawancara 19 Juli 2016).

Dengan adanya potensi berupa bangunan-bangunan Cagar Budaya, maka mudah bagi Pelindo III untuk menjadikan Kampung Lawas Maspati sebagai kampung wisata. Apalagi Pelindo III juga berkepentingan untuk memaksimalkan

penggunaan Terminal Gapura Surya Nusantara, Pelabuhan Tanjung Perak sebagai pelabuhan singgah cruise (kapal pesiar) internasional.

## **2. Kekompakan dan Gotong Royong Masyarakat dalam Kegiatan Kampung Lawas Maspati**

Sebelum ditetapkan sebagai lokasi *Corporate Social Responsibility* (CSR), kampung lawas Maspati sudah memiliki kehidupan kampung yang kompak, guyub dan terbiasa dengan gotong-royong. Bahkan Kampung Lawas Maspati juga meraih banyak prestasi sebagaimana diungkapkan oleh Sabar sebagai ketua RW berikut ini.

Kita mempunyai 6 RT dengan jumlah KSK 350 jiwa, masing-masing RT mempunyai yang berbeda-beda dan masing-masing mempunyai prestasi yang luar biasa pada waktu itu GREEN AND CLEAN dan masing masing RT pun juara semuanya (Sabar Seastono, Ketua RW . Hasil wawancara 07 Mei 2016).

Dokumen Kampung Lawas Maspati juga memperlihatkan adanya kekompakan warga masyarakat. Sejumlah kegiatan kampung sebelum ada *Corporate Social Responsibility* (CSR) sudah berjalan baik, misalnya dalam pemeliharaan sarana prasarana kampung dan penataan lingkungan Kampung hingga menjadi asri.

## **3. Dukungan Pemerintah Kota Surabaya**

Pemerintah Kota Surabaya memberikan perhatian lebih karena RT-RT di kampung lawas ini memang langganan meraih prestasi sebagai kampung *green and clean*. Bahkan pemerintah Kota Surabaya aktif bersama Pelindo III

mengadakan dialog-dialog dalam upaya menjadikan Maspati sebagai kampung wisata sebagaimana dikemukakan oleh Edi Priyanto berikut.

Pelindo III diawal melakukan diskusi dengan melibatkan Pemerintah Kota termasuk dengan Dinas Pariwisata atau pengelola obyek wisata, karena kampung ini juga didaftarkan menjadi destinasi sebuah kampung wisata kota Surabaya (Hasil wawancara dengan Edi Priyanto selaku Kepala Assekper Humas PT Pelindo III, tanggal 13 September 2016).

Atas usulan Tri Rismaharini sebagai Walikota Kota Surabaya pula, Pelindo III menjadikan Kampung Lawas Maspati sebagai lokasi pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Tri Rismaharini juga beberapa kali mengunjungi Kampung Lawas Maspati guna melihat perkembangan kampung ini sebagai Kampung wisata.

#### **4. Lokasi Kampung Lawas Maspati berada Dekat dengan Pelabuhan Tanjung Perak**

Berdasarkan dokumentasi peta lokasi Kampung Lawas Maspati, tampak bahwa kampung ini dekat dengan Terminal Gapura Surya Nusantara, Pelabuhan Tanjung Perak sebagai pelabuhan singgah cruise (kapal pesiar) internasional. Jarak tempuh dari pelabuhan menuju Maspati hanya sekitar 5 – 10 menit. Humas Pelindo III menjelaskan:

Kali ini mempunyai kampung binaan yang dekat pelabuhan sendiri, dengan pertimbangan bahwa di Kampung Lawas Maspati ini memiliki banyak keunggulan di banding kampung lainnya (Hasil wawancara dengan Edi Priyanto selaku Kepala Assekper Humas PT Pelindo III, tanggal 13 September 2016).

## **5.2 Faktor Penghambat *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Kampung Lawas Maspati**

Faktor yang menjadi penghambat program *Corporate Social Responsibility* (CSR) terletak pada 2 hal berikut:

### **1. Kurangnya tanggung jawab peran kerja pengurus Kampung Lawas Maspati**

Tanggung jawab pengurus yang seharusnya diberikan kepada masing-masing bidang pengurus wisata, namun pada peran ini semua dilakukan oleh Ketua RW sendiri untuk melakukan peran kerja dan tanggung jawab yang sudah diberikan maupun dibentuk, sehingga semua ini berdampak kepada sistem kemanfaatan Sumber Daya Manusia dan lembaga yang ada di Kampung Lawas Maspati seperti Pengurus maupun koperasi tidak berjalan dengan maksimal, walaupun secara umum Kampung Lawas Maspati ini mengalami peningkatan secara perekonomian dan penataan kampung.

### **2. Pengelolaan Keuangan tidak transparansi**

Kampung Lawas Maspati mendapat keuntungan penjualan saat kunjungan wisata, juga mendapat bantuan sebagai uang pembinaan dari Pelindo III. Namun demikian, pengelolaan keuangan dipandang tidak transparan oleh sebagian warga Kampung Lawas Maspati. Proses pembukuan dan pembuatan laporan keuangan bukan dilakukan oleh pengurus koperasi, tetapi dilakukan oleh ketua RW dengan membayar pihak ketiga. Kesan tidak transparan ini berpotensi merusak kekompakan warga Kampung Lawas Maspati.

### **3. Koperasi yang tidak berjalan**

Koperasi yang ada di Kampung Lawas Maspati tidak terkelola dengan baik sehingga tidak berjalan lagi, di sebabkan warga yang memanfaatkan koperasi banyak melakukan pinjaman namun tidak ada pemasukan untuk koperasi sendiri, sehingga koperasi tidak berjalan dan saat ini hanya di manfaatkan sebagai bentuk badan hukum Kampung Lawas Maspati.

#### **A. Analisis Data**

Setelah dilakukan penyajian data, maka pada bagian ini peneliti melakukan analisis terhadap data yang telah terkumpul dan disajikan. Pembahasan dilakukan untuk menganalisis data sesuai dengan teori yang digunakan oleh peneliti sebagai acuan dari penelitian ini. Sama halnya dengan apa yang dipaparkan pada penyajian data, pada bagian ini juga akan dilakukan analisis berdasarkan tahap yang telah ada.

#### **1. Latar belakang Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya**

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Kampung Lawas Maspati dilatar belakangi oleh kepentingan bersama antara Pelindo III maupun masyarakat Kampung Lawas Maspati. Pelindo III berkepentingan untuk menjalin simbiosis mutualisme atau Kemitraan dengan Kampung Lawas Maspati sebagai kampung wisata dengan terlebih dulu melakukan Bina Lingkungan. Pelindo III ingin mengoptimalkan penggunaan Terminal Gapura Surya Nusantara, Pelabuhan Tanjung Perak sebagai pelabuhan singgah *cruise* (kapal pesiar) internasional. Hal

ini sejalan dengan penjelasan Rudito dan Famiola (2013, 12) bahwa pada dasarnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah kebutuhan korporat untuk dapat berinteraksi, beradaptasi guna mendapatkan keuntungan sosial berupa kepercayaan (*trust*) dari komunitas lokal dan pembangunan ekonomi berkelanjutan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan tanpa merusak sumber daya alam maupun dampak perilaku masyarakat melalui perilaku yang transparan dan etis yang memberikan kontribusi pembangunan berkelanjutan seperti kesejahteraan masyarakat ataupun memperhatikan suara masyarakat dengan harus bertanggung jawab untuk menjaganya.

## **2. Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Kampung Lawas Maspati**

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Kampung Lawas Maspati dilakukan melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Perencanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempertimbangkan keunggulan Kampung Maspati untuk dijadikan sebagai tempat tujuan wisata. Keunggulan tersebut yaitu ada sejumlah bangunan cagar budaya, kehidupan masyarakat kampung yang guyup dan kompak, serta lingkungan yang asri dan tertata dengan baik.

Berkaitan dengan ruang lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut Jhon Elkington's (2008:44) terbagi 3 perumusan yang lebih dikenal dengan aspek "*Tripple Bottom Line*" yang meliputi kesejahteraan ataupun kemakmuran ekonomi (*Economic Prosperity*), peningkatan kualitas lingkungan (*Environmental Quality*), dan keadilan Sosial (*Social Justice*) maka menurut

peneliti Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati ini berhasil dalam 2 ruang lingkup saja dikarenakan dalam keadilan sosial kurangnya perhatian, dengan kata lain belum sepenuhnya diperhatikan hal tersebut ditunjukkan dengan warga yang tidak mendapatkan informasi yang jelas dari pengurus Kampung Lawas sendiri dan mengakibatkan kecemburuan sosial terjadi sedangkan Pelindo III sudah memberikan informasi yang seluas-luasnya kepada pengurus Kampung Lawas namun pengurus kampung belum bisa berkomunikasi dengan baik kepada warganya. Dan sebaiknya Pelindo III mengadakan pertemuan rutin tidak hanya kepada pengurus tetapi kepada warga agar tidak terjadi kesalah pahaman informasi yang lebih banyak kedepannya.

Perencanaan melibatkan tiga *stakeholders* utama yaitu Pelindo III, Pemerintah Kota Surabaya dan masyarakat Kampung Lawas Maspati, dalam tahap perencanaan telah memperhatikan dimensi dari garis ruang lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR) (wahyudi dan azheri 2008 : 46), yaitu: *Corporate Pilantropy*, *Corporate Resposibility* dan *Corporate Policy*. Dan 2 dimensi yang sesuai dengan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati tersebut ialah *corporateresponsibility* dengan Pelindo III menunjukkan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat dan *corporate policy* dengan keselarasan kerjasama dengan pemerintah Kota Surabaya dalam menyusun program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dilihat lebih spesifik dari *corporate resposibility* Pelindo III telah secara profesional menjalankan tanggung jawab sosialnya melalui Assekper Humas PT Pelindo III yaitu Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang diimplementasikan dalam bentuk

program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berbagai bantuan pembangunan sarana prasarana bukan sebagai bentuk *corporate filantrophy*, tetapi sebagai tanggung jawab sosialnya untuk secara profesional memberdayakan masyarakat di Kampung Lawas Maspati hingga berdaya menjadi Kampung wisata yang menjadi salah satu destinasi wisata yang dipromosikan oleh Pelindo III.

Unsur *corporate policy* dalam perencanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tampak jelas pada kesediaan perusahaan untuk mendengarkan usulan pemerintah Kota Surabaya agar menjadikan Kampung Lawas Maspati sebagai binaan Pelindo III. Demikian pula dalam proses implementasinya, Pelindo III selalu bersinergi dengan pemerintah maupun masyarakat. Keinginan masyarakat Kampung Lawas Maspati untuk menjadikannya sebagai kampung wisata sejalan dengan keinginan pemerintah Kota Surabaya. Dalam proses mengupayakan terbentuknya kampung wisata Maspati, Pelindo III bekerjasama juga dengan Dinas Pariwisata Kota Surabaya.

Melibatkan masyarakat Kampung Lawas Maspati sehingga ada proses pengkomunikasian dan penyinergian program dengan kegiatan yang telah berjalan di Kampung Lawas Maspati. Pelibatan masyarakat sejak awal perencanaan membuktikan bahwa Pelindo III sudah memperhatikan (Hadi,2011:59) prinsip *Sustainability* agar berbagai hal yang dilaksanakan di Kampung Lawas Maspati dapat berkelanjutan karena tersedianya SDM yang memadai. Ketersediaan SDM sebenarnya telah ada di Kampung Lawas Maspati, hanya saja belum ada pembinaan dengan baik khususnya terkait dengan SDM pendukung kampung wisata. Dalam hal pelaksanaan telah menerapkan prinsip

*accountability* jika dilihat dari keterbukaan Assekper Humas Pelindo III terhadap masukan atau usulan dari masyarakat Maspati. Berbagai kegiatan yang dilaksanakan di Maspati umumnya adalah atas dasar usulan dari pengurus Kampung Lawas Maspati yang disetujui oleh pihak Pelindo III. Namun, berapa besar alokasi dana yang sebenarnya diperuntukkan bagi Kampung Lawas Maspati tidak ada yang disampaikan kepada masyarakat. Dalam hal ini, *accountability* hanya berlaku pada pengelolaan kegiatan di Kampung Lawas Maspati, bukan *accountability* program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pelindo III secara keseluruhan. Demikian juga *transparency* Pelindo III dalam melaporkan aktivitasnya mengenai program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Kampung Lawas Maspati, dalam hal pendanaan yang kemudian sepenuhnya dibelanjakan oleh pengurus kampung Maspati. Ada kesan, bahwa Pelindo III hanya sebatas membiaya beberapa kegiatan sedangkan Pelindo III telah memberikan semua yang dibutuhkan oleh Kampung Lawas Maspati maka dengan hal ini peneliti menyarankan agar informasi transparansi dana yang diberikan tidak hanya kepada kepemangku kepentingan di Kampung Lawas Maspati namun diberikan menyeluruh kepada masyarakat.

Perlu dicatat bahwa sebelum dipilih sebagai Kampung binaan Pelindo III, Maspati telah memiliki banyak keunggulan dan berbagai kegiatan, termasuk festival Kampung Lawas. RT-RT di kampung Maspati memiliki tradisi gotong-royong yang sangat baik menjadikan Kampung Lawas Maspati banyak menjurai penghargaan yang di samping itu diperkuat dengan masih terpeliharanya sejumlah seni tradisi jaman dahulu.

Dalam hal ini, Assekper Humas Pelindo III cerdik memanfaatkan keunggulan Kampung Lawas Maspati untuk membangun citra positif bahwa Pelindo III berhasil memajukan Maspati sebagai suatu destinasi wisata. Assekper Humas Pelindo III cukup aktif dalam merencanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) bekerjasama dengan Pemerintah Kota Surabaya maupun masyarakat Kampung Lawas Maspati. Kerjasama dengan penerima manfaat program melalui pengurus Kampung Lawas Maspati sejak tahap perencanaan menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) dimaksudkan untuk pemberdayaan masyarakat. Hal ini sejalan dengan penjelasan Gunawan (2008: 15) bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat berbasis pada pemberdayaan masyarakat (*Community Development*) pada pemberdayaan ini juga dibuktikan dengan didirikannya koperasi disertai dengan pembinaan serta adanya kegiatan pelatihan kewirausahaan untuk UKM, dan *guide* wisata sejarah. *Image* munculnya keberdayaan masyarakat oleh adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak sepenuhnya benar karena sebelum Pelindo III melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR), masyarakat Kampung Lawas Maspati telah berdaya dibuktikan dengan sejumlah prestasi dalam berbagai lomba antar Kampung di Kota Surabaya, di antaranya lomba Kampung *Green and Clean*. Dengan demikian, *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dipraktikan di Maspati sebenarnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) berbasis karikatif (*charity*) karena bantuan yang diberikan mengikuti apa yang diinginkan masyarakat sasaran. Dapat pula dikatakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berbasis kedermawanan karena Pelindo III lebih berperan sebagai pemberi sumbangan

untuk pembangunan baik instruktur maupun pembangunan SDM. Target program adalah masyarakat luas dalam arti dirasakan oleh seluruh masyarakat di Kampung Maspati.

Kesan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berbasis kedermawanan maupun berbasis karitatif tidak sepenuhnya benar dilihat dari perspektif pendapat Azheri (2008 : 62) bahwa *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dapat berbentuk kemitraan dengan masyarakat khususnya masyarakat lokal. Kemitraan diwujudkan secara umum dalam program *community development* untuk membantu peningkatan kesejahteraan umum masyarakat setempat dalam kurun waktu yang panjang. *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Maspati juga merupakan investasi sosial bagi Pelindo III. Artinya, Pelindo III tidak semata-mata mendermakan dana maupun semata-mata memberdayakan masyarakat Maspati, tetapi juga melakukan investasi sosial untuk mendapatkan keuntungan sosial berupa *image* positif terhadap perusahaan. Terbukti dengan perannya selama tahun 2015 hingga 2016 saja, citra yang positif (*corporate image*) Pelindo III dalam membina Kampung Lawas Maspati telah menjadi publisitas di berbagai media.

Sesuai dengan penjelasan Rudito dan Famiola (2013:144) bahwa CSR dilaksanakan dalam tiga kategori yang dapat dilaksanakan secara bersama-sama yaitu *Community Development*, *Community Services* dan *Community Empowerment*. *Community Development* yaitu kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. *Community Services* merupakan pelayanan

perusahaan untuk memenuhi kepentingan masyarakat ataupun kepentingan umum, ini dapat ditunjukkan dengan adanya pembangunan secara fisik. *Community Empowerment* adalah program-program yang berkaitan dengan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya, seperti pembentukan koperasi, usaha industri kecil yang secara natural anggota masyarakat sudah mempunyai pranata sosial yang ada tersebut agar dapat berlanjut.

Diperkuat dengan penjelasan tentang prinsip *Community Development* yang terbagi menjadi 6, Pelindo III sudah dapat menerapkan 4 hal yaitu kebutuhan Kampung Lawas Maspati yang dilihat dengan pendekatan, aktivitas pemberdayaan merupakan kebutuhan dan keinginan Kampung Lawas Maspati menjadikan tempatnya sebagai destinasi wisata dengan tidak melupakan bahwa seluruh tahapan dipandang sebagai sebuah proses pembelajaran, aktivitas yang juga terjamin bahwa memperhatikan lingkungan sekitar dan keberlanjutan.

Namun dalam 2 hal yaitu dalam pemantauan ataupun evaluasi belum berjalan dengan baik dikarenakan kurangnya intensitas bertemu antara Assekper Humas dengan penanggung jawab Kampung Lawas Maspati maka kemitraan juga belum menjamin sumberdaya dapat lebih adil, Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) memang lebih mengutamakan kebutuhan Maspati sebagai kampung wisata. Pada awalnya yaitu pada tahun 2015 bersifat karitatif yaitu berupa pemberian sejumlah bantuan fisik termasuk penjualan sembako murah. Bantuan berupa pembangunan sarana fisik dilakukan dengan memberikan dana tunai yang dibelanjakan oleh pengurus Kampung Maspati sehingga ada

unsur pemberdayaan bagi warga Kampung Maspati. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sepenuhnya oleh masyarakat Maspati sendiri, bukan suatu bentuk *self managing Strategy* (Hadi, 2010 : 146) di mana perusahaan merencanakan, merumuskan tujuan, target, evaluasi dan monitoring serta melaksanakannya. Artinya, masyarakat Maspati lebih banyak berinisiatif sedangkan Pelindo III memberikan pembiayaannya. Untuk *outsourcing* juga Pelindo III tidak menyerahkan sepenuhnya kepada pihak ketiga yaitu pemerintah Kota Surabaya tetapi lebih bermitra maupun berkerja sama untuk mendukung kegiatan bersama baik jangka panjang ataupun jangka pendek.

Menariknya, meskipun pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) melibatkan masyarakat termasuk dalam membelanjakan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR), tetapi masyarakat tidak dilibatkan dalam evaluasi program, kecuali evaluasi terhadap kegiatan rutin terkait dengan kegiatan kunjungan wisata. Tujuan utama melakukan evaluasi adalah untuk menjamin bahwa program yang digelar berjalan sebagaimana perencanaan yang telah dibuat serta sesuai dengan tujuan akhir yang hendak dicapai (Prayogo 2011: 219).

Maka Peneliti melihat bahwa bentuk Evaluasi Formatif yang digunakan karena program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati ini masih sedang berjalan dan keterbatasan keterlibatan masyarakat terhadap kegiatan evaluasi dapat menimbulkan dugaan bahwa pengelolaan dana tidak transparan. Padahal transparansi merupakan salah satu faktor dalam *Good Corporate Governance* (Untung, 2009: 11) yang dapat mempengaruhi implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan sebaiknya Pelindo III

nantinya tetap melaksanakan Evaluasi Sumatif agar dapat mengukur dengan pasti tingkat keberhasilan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati tidak hanya dari pemberitaan media semata.

Kekompakan dan gotong-royongan merupakan faktor *human capital*. Menurut Untung (2009: 11) yang berkaitan dengan internal perusahaan untuk menciptakan sumber daya manusia yang handal, sedangkan secara eksternal perusahaan dituntut untuk melakukan pemberdayaan masyarakat. Dengan demikian, faktor keunggulan masyarakat Maspati dan kemampuan *public relations* Pelindo III berkontribusi terhadap keberhasilan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Fungsi PR yang berjalan dengan baik dalam mengkomunikasikan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada masyarakat Maspati menjadi bagian dari proses keberhasilan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Disaat yang sama, kekompakan dan gotong-royongan membuktikan adanya kohesi sosial yang kuat di masyarakat Kampung Lawas Maspati.

Keunggulan objektif kampung Maspati yang potensial sebagai Kampung wisata menjadikan Kampung Lawas Maspati juga memiliki kekuatan ekonomi (*economic strenght*) sebagai modal untuk memberdayakan ekonomi masyarakat. Untung (2009: 11) menjelaskan bahwa *economic strenght* merupakan bagian dari unsur pemberdayaan lingkungan menuju kemandirian di bidang ekonomi. Kerjasama antara Pelindo III, Pemerintah Kota Surabaya dan masyarakat Maspati sejak penyusunan program telah memudahkan komunikasi dan koordinasi serta pengawasan terhadap implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Apalagi, lokasi Maspati juga tidak jauh dari Pelindo III semakin memperkuat keberhasilan program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

### **3. Peran Assekper Humas PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) dalam Implementasi Program Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati**

Secara keseluruhan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) mulai dari perencanaan pelaksanaan hingga evaluasi memperlihatkan besarnya peran public relation Pelindo III dalam menjalin komunikasi dengan stakeholders *Corporate Social Responsibility* (CSR). Selain itu, sejak awal PR Pelindo III mampu membaca masalah dengan baik mulai dari mengidentifikasi masalah, merencanakan program dan mengkomunikasikannya kepada pihak terkait, baik pemerintah Kota Surabaya, masyarakat Maspati maupun pihak manajemen Pelindo III. Hal ini sejalan dengan penjelasan Cultip, *et al*, (2007:320) yang mengungkapkan empat langkah yang dapat ditempuh untuk memecahkan masalah Public Relations yaitu: 1) mendefinisikan permasalahan, 2) perencanaan dan program, 3) mengambil tindakan dan berkomunikasi, serta 4) mengevaluasi program.

Kemampuan dalam membaca masalah terkait dengan pengembangan Kampung Lawas Maspati sebagai kampung wisata bahkan salah satu destinasi tujuan wisata di Kota Surabaya telah mendorong PR Pelindo III aktif menjalankan peran public relation dengan tepat. Dalam hal ini, PR Pelindo III mampu menjalankan peran sebagai *ekspert prescriber* (penentu ahli), *communication fasilitator* (fasilitator komunikasi), sekaligus sebagai *problem solving process*

*fasilitator* (fasisitor pemecah masalah) dengan memberikan solusi saat terjadi kendala. Peran sebagai *ekspert prescriber* dibuktikan oleh PR Pelindo III yang mampu mengambil keputusan di lapangan tanpa harus meminta ijin atau menunggu perintah dari manajemen walaupun tetap dengan perhitungan. Hal ini menjadikan masyarakat memiliki *trust* yang kuat bahwa PR Pelindo III mampu menjadi mitra dalam mengembangkan Maspati sebagai Kampung wisata. Didukung dengan penjelasan oleh Edi Priyanto bahwa:

Program Kampung Lawas Maspati itu lebih bicara langsung bagaimana mendengarkan aspirasi di karenakan mengatur orang kampung itu tidaklah mudah maka Pelindo III memberikan tanggapan langsung dengan mengiyakan beberapa program yang sesuai (Hasil wawancara dengan Edi Priyanto selaku Kepala Assekper Humas PT Pelindo III, tanggal 9 Mei 2017).

Peran sebagai *communication fasilitator* ditunjukkan oleh kemampuan PR Pelindo III dalam menjembatani komunikasi antara manajemen Pelindo III dengan publiknya, yaitu masyarakat Maspati dan Pemerintah Kota Surabaya. Berbagai persoalan dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) bisa diputuskan dengan tepat sesuai dengan kesepakatan antara PR Pelindo III dengan masyarakat Maspati dan pemerintah Kota Surabaya. Dengan demikian, PR Pelindo III pada saat yang sama juga berperan sebagai *problem solving process fasilitator*. Keberhasilan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Kampung Lawas Maspati telah memberikan dampak bagi terbentuknya citra positif Pelindo III di tengah masyarakat luas.

Assekper Humas Pelindo III kurang berperan sebagai *Communications Technician* (Teknisi Komunikasi) dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Maspati. Kecuali sebatas membantu membuat *booklet*,

dan tulisan di web untuk mempromosikan Kampung Lawas Maspati pada tahap awal. Selanjutnya, proses mengoperasikan blog dilakukan sendiri oleh pengurus Lampung Lawas Maspati. Kurangnya peran sebagai *Communications Technician* menjadikan pengelolaan *blog* tidak optimal untuk kegiatan promosi. Sesuai dengan apa yang dikatakan Edi Priyanto bahwa:

Mengajak media untuk memberitakan Kampung Lawas Maspati atau jurnalis, disisi lain ada *press realess* dan juga web. Karena waktu yang dimiliki tidak cukup banyak ditambah dengan mengajarkan orang kampung cukuplah sulit maka Pelindo III hanya sebatas membayari web jika masanya habis (Hasil wawancara dengan Edi Priyanto selaku Kepala Assekper Humas PT Pelindo III, tanggal 9 Mei 2017).

#### **4. Target Capaian Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

##### **Kampung Lawas Maspati PT Pelabuhan Indonesia III (Persero)**

##### **Surabaya**

Tujuan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pelindo III di Kampung Lawas Maspati adalah untuk meningkatkan perekonomian mandiri yaitu pemberdayaan ekonomi kreatif melalui pembentukan kampung wisata. Tujuan ini berhasil sehingga berdampak pada citra positif bagi Pelindo III. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh Pelindo III di Kampung Lawas Maspati telah menghasilkan publisitas sehingga citra perusahaan menjadi positif. Hasil dokumentasi dengan mengkaji berita di media massa menunjukkan ada pemberitaan tentang Kampung Lawas Maspati dan keberhasilan Pelindo III dalam membina Kampung ini sebagai Kampung wisata.

Terbentuknya citra positif Pelindo III ini memperlihatkan bahwa tujuan *public relation* yaitu untuk mempererat hubungan dengan orang diluar

badan/instansi hingga terbentuk opini publik yang *favourable* terhadap badan Pelindo III dapat tercapai. Hal ini dapat menjadi bekal bagi perusahaan dalam menjalin kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai pihak seperti masyarakat luas, pemerintah, maupun swasta. Hal ini sejalan dengan penjelasan keberlanjutan usaha, menjaga citra atau *image* perusahaan dan yang paling krusial dapat meredam dan menghindari terjadinya konflik sosial (Fajar,2010:180).

Pencapaian target *Corporate Social Responsibility* (CSR) di kampung lawas Maspati bukan semata-mata prestasi Pelindo III karena dalam konteks pembinaan Maspati sebagai Kampung wisata, Maspati sudah terlebih dulu tertata dan memiliki keunggulan sebagai kampung wisata. Kecerdikan PR Pelindo III dalam melihat peluang mengangkat citra Pelindo III telah menguntungkan Pelindo untuk mendapatkan *image* positif bahwa kepedulian Pelindo III telah berhasil menjadikan Maspati sebagai kampung wisata yang menjadi salah satu destinasi wisata di Kota Surabaya. Secara objektif memang ada simbiosis mutualisme antara Maspati dan Pelindo III, tetapi dilihat dari kontribusi Pelindo III dengan citra positif yang didapat Pelindo III, maka penulis memandang keuntungan besar lebih banyak didapat oleh Pelindo III

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dapat dikatakan cukup berhasil mencapai tujuan yaitu memberdayakan masyarakat sehingga masyarakat makin berdaya dan mandiri tampak dari adanya kegiatan ekonomi produktif dalam pengelolaan

Kampung wisata Maspati. Terlepas dari keuntungan yang didapat Pelindo III dari implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut, terbukti bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah berhasil meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berbagai kegiatan Kampung wisata. Dengan adanya promosi wisata yang terus dilakukan, termasuk oleh Pelindo III, maka pola kehidupan sebagai Kampung wisata akan terus berlanjut karena secara sosial maupun ekonomi masyarakat merasa diuntungkan dengan adanya kegiatan kampung wisata. Keterikatan masyarakat Maspati bukan hanya dalam rangka menghadapi lomba antar Kampung, tetapi keterikatan atau integrasi dalam mengelola sKampung wisata. Secara ekonomi, denyut aktivitas perekonomian juga semakin tumbuh di Kampung Maspati, lingkungan Kampung lebih terpelihara, serta adanya pengakuan dari masyarakat luas atas keberhasilan Pelindo III, pemerintah Kota Surabaya maupun masyarakat Maspati dalam memunculkan destinasi wisata berupa Kampung wisata Maspati. Mengikuti penjelasan Rudito, Budimana & Prasetijo, 2004: 116-117), adanya keberlanjutan pola kehidupan masyarakat merupakan salah satu bukti keberhasilan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

##### **5. Faktor Pendukung dan Penghambat Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Surabaya**

Keberhasilan program CSR di Kampung Maspati tidak lepas dari sejumlah faktor pendukung yaitu: 1) keunggulan objektif kampung lawas Maspati, 2) kekompakan dan gotong royong warga masyarakat, 3) dukungan dari pemerintah Kota Surabaya, dan 4) lokasi Maspati yang berada dekat dengan pelabuhan.

Faktor pendukung tersebut menjadikan program bina lingkungan dan kemitraan Pelindo III dengan mudah diimplementasikan. Hal ini sejalan dengan penjelasan Wibisono (2007: 84-87) bahwa keuntungan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang didapat perusahaan salah satunya adalah dapat mendongkrak reputasi atau *brand image* perusahaan. Selain itu, kedekatan antara Pelindo III dan masyarakat sekitarnya khususnya masyarakat Maspati telah memberikan *social licence to operate* kepada Pelindo III karena masyarakat merasa mendapat keuntungan atas keberadaan Pelindo III.

Faktor penghambat dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) berupa kurangnya tanggung jawab dalam peran kerja, pengelolaan uang tidak transparan, koperasi yang tidak berjalan merupakan masalah di dalam pengelolaan Kampung Lawas Maspati sebagai Kampung wisata. Maka apabila tidak dibicarakan dan ditemukan solusinya, hal ini akan menghambat kemajuan Maspati sebagai objek wisata. Sebagai Kampung wisata, daya tarik Maspati bukan hanya pada keberadaan *heritage* tetapi juga tradisi dan kehidupan masyarakat Maspati yang kompak dan guyup penuh gotong-royong.

Hambatan berupa pengelolaan keuangan yang dipandang tidak transparan muncul oleh sikap ketua RW yang cukup dominan dalam mengambil keputusan. Demikain pula dalam hal membuat laporan keuangan yaitu dengan menggunakan jasa pihak ketiga, bukan dibuat oleh pengurus koperasi itu sendiri. Dan menurut peneliti sebaiknya ketua RW benar-benar memberikan tanggung jawab peran kerja terhadap masing-masing pelaksanaa kerja agar dapat dikelola dengan lebih baik lagi, sehingga dapat mengantisipasi konflik yang timbul karena ketidak tauan ataupun kesimpangsiuran informasi.