

## EDISI XXXIX November 2019

- **Implementasi Sepuluh Prinsip Pelayanan Publik  
di PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu**  
*GM. Bambang S Hastono, Yolanda Eliza*
- **Mengukur Tingkat Kemampuan Berbahasa Indonesia  
Mahasiswa Semester I Prodi Public Relations ASMI Santa Maria Yogyakarta  
Tahun 2019, Sebuah Tinjauan Kritis**  
*FX. Indrojiono*
- **Agama dan Ilmu Pengetahuan,  
Tinjauan Filosofis Tentang Paham Penciptaan**  
*Paulus Glorie Pamungkas*
- **Meningkatkan Nasionalisme Dalam Era Revolusi Industri 4.0**  
*Mateus Susanto*
- **Program CSR PT BISI Internasional Tbk Terhadap  
Kelompok Tani Putra Lestari Dusun Pendem  
Desa Tegaltirto Berbah Sleman**  
*Rendro Laksmono*

## DAFTAR ISI

**Salam Redaksi**

**Daftar Isi**

Implementasi Sepuluh Prinsip Pelayanan Publik di PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu <b>Bambang Susetyo Hastono, Yolanda Eliza</b>	1
Mengukur Tingkat Kemampuan Berbahasa Indonesia Mahasiswa Semester I Prodi Public Relations ASMI Santa Maria Yogyakarta Tahun 2019, Sebuah Tinjauan Kritis <b>FX. Indrojiono</b>	24
Agama dan Ilmu Pengetahuan, Tinjauan Filosofis Tentang Paham Penciptaan <b>Paulus Glorie Pamungkas</b>	42
Meningkatkan Nasionalisme Dalam Era Revolusi Industri 4.0 <b>Mateus Susanto</b>	53
Program CSR PT BISI Internasional Tbk Terhadap Kelompok Tani Putra Lestari Dusun Pendem Desa Tegaltirto Berbah Sleman <b>Rendro Laksmono</b>	72

## PROGRAM CSR PT BISI INTERNASIONAL TBK TERHADAP KELOMPOK TANI PUTRA LESTARI DUSUN PENDEM DESA TEGALTIRTO BERBAH SLEMAN

Rendro Laksmono  
Dosen Program Studi Hubungan Masyarakat  
ASMI Santa Maria Yogyakarta

### *Abstract*

*This paper contains research on PT BISI Internasional Tbk's corporate social responsibility program towards the Pendem Putra Lestari Farmer Group in Tegaltirto Village, Berbah, Sleman. This program is based on funds from companies engaged in the field of corn seeds because of the low income of farmers in the dry season. PT BISI Internasional Tbk is trying to increase farmers' income by providing corn seeds and buying crops above market prices. This research uses the method of data retrieval conducted with interviews, documentation, and observation. The data obtained were then analyzed using descriptive methods. Based on the results of field research on the results of farmers who collaborate with PT BISI Internasional Tbk.*

*Keywords: corporate social responsibility, descriptive method*

### **A. Pendahuluan**

Petani di Indonesia terutama di Jawa masih memiliki keterbatasan pada luas tanah pertanian yang dimiliki. Sistem pertanian yang tergantung pada musim juga mempengaruhi pola tanam petani Indonesia. Petani di Indonesia pada umumnya memakai pola tanam padi-padi palawija. Pada musim penghujan petani menanam padi 2 kali masa tanam sedangkan pada musim kemarau menanam palawija satu kali.

Pada musim tanam padi penghasilan petani cukup untuk

memenuhi kebutuhan hidup karena harga padi atau beras masih cukup tinggi ketika dikurangi biaya produksi. Akan tetapi ketika musim kemarau petani harus menanam palawija karena kurangnya air membuat penghasilan petani sangat kurang. Hasil penjualan panen palawija yang cukup rendah dengan biaya produksi yang tinggi membuat petani tidak berpanghasilan cukup.

PT BISI Internasional Tbk melihat bahwa kesejahteraan petani di Indonesia banyak yang tidak baik

terutama petani di Jawa yang lahan garapannya tidak luas. Kesejahteraan para petani terutama di pulau Jawa sangat memprihatinkan. Dengan lahan yang tidak luas membuat pendapatan petani masih sangat minim. Ketika musim penghujan petani menanam padi dengan harga yang cukup lumayan sehingga penghasilan di musim hujan cukup untuk hidup. Akan tetapi di musim kemarau petani tidak dapat menanam padi karena keterbatasan air sehingga petani menanam palawija. Karena harga palawija sangat rendah tidak bisa mencukupi kebutuhan hidup petani.

Melihat kesejahteraan petani yang sangat memprihatinkan, PT BISI Internasional Tbk berusaha meningkatkan kesejahteraan petani. PT BISI Internasional memiliki usaha pembenihan jagung sehingga merasa tertarik untuk membantu petani.

#### **Batasan Masalah**

Peneliti membatasi masalah pada program CSR PT BISI Internasional Tbk pada Kelompok Tani Putra Lestari Dusun Pendem Tegaltirto Berbah Sleman pada tahun 2015 – 2019.

#### **Perumusan Masalah**

Bagaimanakah program CSR PT BISI Internasional Tbk pada Kelompok Tani Putra Lestari di Dusun Berbah Desa Tegaltirto Berbah Sleman?

#### **Metode Pengumpulan Data**

##### **1. Wawancara**

Wawancara menurut Ruslan (2010:23) merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam metode survei melalui daftar pertanyaan yang diajukan secara lisan terhadap responden. Biasanya data yang dikumpulkan bersifat kompleks, sensitif, dan kontroversial sehingga menyebabkan kurang mendapat respon dari responden.

Sedangkan pendapat lain menurut Moleong (dalam Ibrahim 2015: 88) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, yang melibatkan dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

Berdasarkan dari kedua pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan oleh

pewawancara kepada narasumber secara lisan dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang telah dibuat.

## 2. Observasi

Observasi menurut Ruslan (2010:22) adalah metode pengumpulan 'data primer' dengan memperolehnya secara langsung dari sumber lapangan penelitian, dan terjadi komunikasi langsung antara peneliti dan responden (Ruslan 2010:22). Tujuan observasi dalam banyak hal adalah untuk memahami perilaku dan kejadian-kejadian. (Ruslan 2010:35).

Sedangkan menurut Indrianto dan Supomo (dalam Ruslan 2010:34) dikatakan bahwa observasi yaitu proses pencatatan pola perilaku subjek (orang), objek (benda), atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu yang diteliti. Beberapa jenis objek, subjek dan kejadian yang dapat diamati oleh peneliti yaitu perilaku fisik, verbal, ekspresif, dan benda fisik lainnya, atau kejadian yang rutin.

Pendapat lain menurut Ibrahim (2015:82) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang memanfaatkan keseluruhan panca indera untuk mengamati dan memahami sebuah

realitas.

Berdasarkan dari ketiga pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa observasi adalah metode pengumpulan data dengan mengamati dan memahami situasi yang terjadi maupun hal-hal yang terkait. Metode pengumpulan dapat dilakukan dengan komunikasi secara langsung atau tidak terhadap nara-sumber.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Arikunto (2014:274) adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda.

Sedangkan pendapat lain menurut Sugiyono (dalam Ibrahim 2015: 94) dokumentasi adalah catatan-catatan peristiwa yang telah lalu, yang bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya monumental seseorang.

Berdasarkan kedua pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa dokumentasi adalah metode pengumpulan data dalam bentuk dokumen seperti media cetak (foto, transkrip, buku, dan sebagainya) dan media elektronik

### **Metode Analisa Data**

Setelah pengumpulan data dilakukan, selanjutnya Peneliti menggunakan metode deskriptif untuk menggambarkan pelaksanaan program CSR PT BISI Internasional pada Kelompok Tani Putra Lestari serta menganalisis manfaat yang diperoleh oleh Kelompok Tani Putra Lestari.

Menurut Simamora (2004:231) analisis deskriptif adalah transformasi data mentah ke dalam bentuk yang mudah dipahami atau diinterpretasi. Analisis deskriptif, yang juga disebut analisis pendahuluan, bertujuan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel dalam sampel.

### **B. Landasan Teori**

#### **Teori Pendukung CSR**

Menurut Parsons (1961) teori CSR dan pendekatan terkait difokuskan pada salah satu aspek berikut realitas sosial: ekonomi, politik, integrasi sosial dan etika yang dapat diamati dalam sistem sosial.

#### **Teori Instrumental**

Teori ini mengasumsikan bahwa korporasi merupakan instrumen untuk penciptaan kekayaan dan bahwa ini adalah tanggung jawab sosialnya. Hanya aspek ekonomi dari interaksi

antara bisnis dan masyarakat dianggap. Jadi setiap kegiatan sosial yang seharusnya diterima jika, dan hanya jika, itu konsisten dengan penciptaan kekayaan. Teori ini disebut Teori Berperan karena mereka memahami CSR sebagai sarana hanya untuk akhir keuntungan.

#### **Teori Politik**

Teori kedua yang kekuatan sosial perusahaan ditekankan, khususnya dalam hubungannya dengan masyarakat dan tanggung jawab dalam arena politik terkait dengan kekuasaan ini. Hal ini menyebabkan perusahaan untuk menerima tugas sosial dan hak atau berpartisipasi dalam kerjasama sosial tertentu.

#### **Teori Integratif**

Teori ini menganggap bahwa bisnis harus mengintegrasikan tuntutan sosial. Mereka biasanya berpendapat bahwa bisnis tergantung pada masyarakat untuk kelangsungan dan bahkan untuk keberadaan bisnis itu sendiri. Tuntutan sosial umumnya dianggap sebagai cara di mana masyarakat berinteraksi dengan bisnis dan memberikan suatu legitimasi dan prestise tertentu. Akibatnya, manajemen perusahaan

harus memperhitungkan tuntutan sosial, dan mengintegrasikan mereka sedemikian rupa bahwa bisnis beroperasi sesuai dengan nilai-nilai sosial. Jadi, isi dari tanggung jawab bisnis terbatas pada ruang dan waktu darisetiap situasi tergantung pada nilai-nilai masyarakat pada saat itu, dan datang melalui peranfungsional perusahaan (Preston dan Post, 1975). Dengan kata lain, tidak ada tindakan khusus yang manajemen bertanggung jawab untuk melakukan seluruh waktu dan dalam setiap industri.

#### **Teori Etis.**

Teori keempat memahami bahwa hubungan antara bisnis dan masyarakat tertanam dengan nilai-nilai etika. Hal ini menyebabkan visi CSR dari perspektif etika dan sebagai konsekuensinya, perusahaan harus menerima tanggung jawab sosial sebagai kewajiban etis atas pertimbangan lainnya.

Perbincangan soal etika bisnis semakin mengemuka mengingat arus globalisasi semakin deras terasa. Globalisasi memberikan tatanan ekonomi baru. Para pelaku bisnis dituntut melakukan bisnis secara fair. Segala bentuk perilaku bisnis yang

dianggap "kotor" seperti pemboman, manipulasi, monopoli, dumping, menekan upah buru, pencemaran lingkungan, nepotisme, dan kolusi tidak sesuai dengan etika bisnis yang berlaku.

Motivasi utama setiap perusahaan atau industri atau bisnis sudah tentu adalah meningkatkan keuntungan. Namun bisnis yang dialankan dengan melanggar prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai etika cenderung tidak produktif dan menimbulkan inefisiensi. Manajemen yang tidak memperhatikan dan tidak menerapkan nilai-nilai moral, hanya berorientasi pada laba (tujuan) jangka pendek, tidak akan mampu survive dalam jangka panjang. Dengan meningkatnya peran swasta antara lain melalui pasar bebas, privatisasi dan globalisasi maka swasta semakin luas berinteraksi dan bertanggung jawab sosial dengan masyarakat dan pihak lain.

Pada saat banyak perusahaan semakin berkembang, maka pada saat itu pula kesenjangan social dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi. Karena itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak

negative. Banyak perusahaan swasta banyak mengembangkan apa yang disebut Corporate Social Responsibility (CSR). Banyak peneliti yang menemukan terdapat hubungan positif antara tanggung jawab sosial perusahaan atau (Corporate Social Responsibility) dengan kinerja keuangan, walaupun dampaknya dalam jangka panjang. Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai cost melainkan investasi perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas daripada hanya sekedar kepentingan perusahaan saja. Tanggung jawab dari perusahaan (Corporate Social Responsibility) merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua stake holder, termasuk didalamnya adalah pelanggan atau customers, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier bahkan juga competitor. Pengembangan program-program sosial perusahaan berupa dapat bantuan fisik, pelayanan kesehatan, pembangunan masyarakat (community development), outreach, beasiswa dan sebagainya.

Motivasi mencari laba bisa menghambat keinginan untuk membangun masyarakat dan lingkungan sekitarnya sejauh ini kebijakan pemerintah untuk mendorong dan mewajibkan perusahaan swasta untuk menjalankan tanggung jawab sosial ini tidak begitu jelas dan tegas, ditambahkan pula banyak program yang sudah dilaksanakan tersebut tidak berkelanjutan.

#### **Model Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR)**

Menurut Saidi dan Abidin (2004:64-65) sedikitnya ada empat model atau pola CSR yang diterapkan di Indonesia, yaitu :

1. Keterlibatan langsung.

Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, sebuah perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti corporate secretary atau public affair atau menjadi bagian dari tugas pejabat public relation.

2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan.

Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau grupnya. Model ini merupakan adopsi dari model yang lazim diterapkan di perusahaan-perusahaan di negara maju. Biasanya perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin, atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan. Beberapa yayasan yang didirikan perusahaan di antaranya adalah Yayasan Coca-cola Company, Yayasan Rio Tinto (perusahaan pertambangan).

3. Bermitra dengan pihak lain.

Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerja sama dengan lembaga sosial/ organisasi non pemerintah (ornop), instansi pemerintah, universitas, atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya. Beberapa lembaga sosial/ ornop yang bekerja sama dengan perusahaan dalam menjalankan CSR antara lain adalah Palang Merah Indonesia (PMI), Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI), Dompot Dhuafa, instansi-instansi pemerintah (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia/ LIPI, Depdiknas, Depkes, Depsos),

perguruan-perguruan tinggi (UI, ITB, IPB), media massa (Dkk Kompas, Kita Peduli Indosiar).

4. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium.

Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota, atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan model lainnya, pola ini lebih berorientasi pada pihak pemberian hibah perusahaan yang bersifat 'hibah pembangunan'. Pihak konsorsium atau lembaga semacam itu yang dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya secara proaktif mencari mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.

Menurut Said dan Abidin (2004) pada dasarnya CSR memiliki beberapa jenis atau sektor kegiatan. Ada sembilan jenis atau sektor kegiatan CSR, yaitu : (1) Pelayanan sosial; (2) Pendidikan dan penelitian; (3) Kesehatan; (4) Kedaruratan (emergency); (5) Lingkungan; (6) Ekonomi produktif; (7) Seni, olah raga, dan pariwisata; (8) Pembangunan prasarana dan perumahan; dan (9) Hukum,

advokasi, dan politik.

Kategori perusahaan hubungannya dengan penerapan CSR :

1. Berdasarkan proporsi keuntungan perusahaan dan anggaran CSR :
  - a. Perusahaan Minimalis. Perusahaan yang memiliki profit dan anggaran CSR yang rendah.
  - b. Perusahaan Ekonomis. Perusahaan yang memiliki profit tinggi, namun anggaran CSRnya rendah.
  - c. Perusahaan Humanis. Perusahaan yang memiliki profit rendah, tapi proporsi anggaran CSRnya tinggi.
  - d. Perusahaan Reformis. Perusahaan yang memiliki profit dan anggaran CSR yang tinggi. Perusahaan memandang CSR bukan beban, tapi peluang untuk maju.
2. Berdasarkan tujuan CSR (promosi atau pemberdayaan masyarakat) :
  - a. Perusahaan Pasif. Perusahaan yang menerapkan CSR tanpa tujuan yang jelas.
  - b. Perusahaan Impresif. CSR diutamakan untuk promosi.
  - c. Perusahaan Agresif. CSR diutamakan untuk pemberdayaan.
  - d. Perusahaan Progresif. Perusahaan menerapkan CSR untuk tujuan promosi dan pemberdayaan karena

dipandang bermanfaat dan menunjang satu sama lain bagi kemajuan perusahaan.

### **Bentuk Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR)**

Berbagai bentuk implementasi CSR dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konsumen, dalam bentuk penggunaan material yang ramah lingkungan, tidak berbahaya, serta memberikan informasi dan petunjuk yang jelas termasuk informasi atas suku cadang dan pelayanan purnajualnya serta informasi lain yang harus diketahui konsumen.
2. Karyawan, dalam bentuk persamaan hak dan kewajiban atas seluruh karyawan tanpa membedakan ras, suku, agama, dan golongan. Karyawan mendapatkan penghargaan berdasarkan kompetensi dan hasil penilaian prestasinya.
3. Komunitas dan lingkungan, dalam bentuk kegiatan kemanusiaan maupun lingkungan hidup, baik di lingkungan sekitar perusahaan maupun di daerah lain yang membutuhkan. Kegiatan terhadap komunitas ini antara lain berupa kegiatan donor darah dengan melibatkan seluruh karyawan,

memberikan bantuan kepada daerah yang terkena musibah.

4. Kesehatan dan keamanan, dalam bentuk penjagaan dan pemeliharaan secara rutin atas fasilitas dan lingkungan kantor sesuai petunjuk dan instansi terkait.

#### **Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia**

Keberadaan CSR di Indonesia memperoleh respon yang positif dari pemerintah. Respon pemerintah ini terlihat dengan terbitnya kebijakan pemerintah melalui Keputusan Menteri BUMN Nomor: Kep-236/MBU/2003, yang mengharuskan seluruh BUMN untuk menyisihkan sebagian labanya untuk pemberdayaan masyarakat yang dikenal dengan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), yang implementasinya ditindaklanjuti dengan Surat Edaran Menteri BUMN, SE No 433/MBU/2003 yang merupakan petunjuk pelaksanaan dari keputusan Menteri BUMN tersebut. Adanya UU No 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang di dalamnya memuat kewajiban perusahaan yang mengeksplorasi sumber daya alam untuk melakukan CSR menjadi bukti keseriusan perhatian pemerintah

terhadap isu CSR.

Di Indonesia konsep CSR bukan lagi menjadi sebuah wacana belaka, melainkan sudah masuk ke dalam tatanan praktis. Sudah ada beberapa perusahaan di Indonesia yang mulai mengimplementasikan program CSR dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Sebagai contoh PT. TELKOM, program CSR PT. TELKOM terfokus pada tujuh bidang utama, yaitu kemitraan, pendidikan, kesehatan, bantuan kemanusiaan dan bencana alam, kebudayaan dan keadaban, layanan umum, dan lingkungan. PT. Riau pulp sebuah perusahaan serat, bubur kertas, dan kertas yang beroperasi di Riau memiliki beberapa program CSR, antara lain Beasiswa 2007, Taman Bacaan Kampung, pembangunan Istana Sayap Pelalawan. Sedangkan CSR yang dilakukan PT. Antam adalah pemberian bantuan modal kerja untuk pengembangan usaha kecil, menengah, dan koperasi bagi masyarakat sekitarnya. Dengan adanya Undang-undang Perseroan Terbatas yang disahkan pada tahun 2007, keberadaan CSR di Indonesia semakin jelas, sebab sudah memiliki payung hukum. Contoh lain adalah

CSR yang dilakukan oleh PT. HM Sampoerna. Implementasi program CSR PT.HM Sampoerna, Tbk. Program CSR yang diterapkan oleh PT.HM Sampoerna tertuang dalam Society Empowerment Program (SEP) yang terdiri dari empat bidang utama, yaitu bidang pendidikan, ekonomi, sosial dan lingkungan (Wibisono, 2007:69).

### **Tingkat/Lingkup Keterlibatan dalam CSR**

Walaupun sudah banyak perusahaan yang menyadari pentingnya untuk menjalankan CSR, namun masih ada juga yang keberatan untuk menjalankannya. Bahkan di antara mereka yang setuju agar perusahaannya menjalankan CSR, masih terdapat perbedaan dalam memaknai tingkat keterlibatan perusahaan dalam menjalankan program CSR. Pada akhirnya, keberhasilan CSR dan cakupan program CSR yang dijalankan akan ditentukan oleh tingkat kesadaran para pelaku bisnis dan para pemangku kepentingan terkait lainnya. Ada tiga tingkat kesadaran yang dimiliki oleh seseorang yaitu, tingkat kesadaran hewani, tingkat kesadaran manusiawi, dan tingkat kesadaran transedental. Mereka yang masih berkeberatan

dengan program CSR ini dapat dikatakan bahwa mereka masih mempunyai tingkat kesadaran hewani, dan masih menganut teori etika egoisme. Program CSR akan berjalan efektif bila para pihak yang terkait dalam bisnis (oknum pengelola, pemerintah, dan masyarakat) sudah mempunyai tingkat kesadaran manusiawi atau transedental, serta menganut teori-teori etika dalam koridor utilitarianisme, deontologi, keutamaan, dan teonom.

Lawrence, Weber, dan Post (2005) melukiskan tingkat kesadaran ini dalam bentuk tingkat keterlibatan bisnis dengan para pemangku kepentingan dalam beberapa tingkatan hubungan, yaitu : inactive, reactive, proactive, dan interactive.

1. Perusahaan yang inactive sama sekali mengabaikan apa yang menjadi perhatian pihak pemangku kepentingan.
2. Perusahaan yang reactive hanya bereaksi bila ada ancaman atau tekanan yang diperkirakan akan mengganggu perusahaan dari pihak pemangku kepentingan tertentu.

### **C. Pembahasan**

#### **Sejarah dan Profil Singkat BISI**

### **(BISI International Tbk)**

BISI International Tbk (Sebelumnya bernama PT Benihinti Suburintani) (BISI) didirikan 22 Juni 1983 dengan nama PT Bright Indonesia Seed Industry dan beroperasi secara komersial mulai tahun 1983. Kantor pusat BISI berdomisili di Jl. Raya Surabaya – Mojokerto km. 19, Sidoarjo 61257, dengan lokasi pabrik di Pare, Kediri.

Telp : (62-31) 788-2528 (Hunting), Fax : (62-31) 788-2856.

Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham BISI International Tbk, antara lain: PT Agrindo Pratama (induk usaha) (31,00%) dan Midsummer Limited (23,08%). Adapun induk usaha terakhir BISI adalah Great Amazon Holdings Limited dan pengendali terakhir adalah keluarga Jiaravanon.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan usaha BISI meliputi pembibitan dan perdagangan benih jagung, sayuran dan buah-buahan, dan padi. Produk utama yang dihasilkan BISI dan anak usahanya adalah benih jagung (varietas unggul BISI-2, BISI-12, BISI-16, BISI-18 dan BISI-816), benih hortikultura

(sayuran dan buah-buahan *Timun Hercules*), benih padi (varietas unggul padi Intani-2 dan Ciherang) dan pestisida.

Produk benih, pestisida dan pupuk yang dipasarkan oleh BISI dan anak usahanya menggunakan merek Cap Kapal Terbang dan untuk produk pestisida impor menggunakan beberapa merek dari pemilik (prinsipal) merek seperti Turex dan Besmor. Adapun untuk produk hasil pengembangan sendiri, BISI dan anak usahanya menggunakan merek seperti Rambo, Ranger dan Noxone.

Pada tanggal 11 Mei 2007, BISI memperoleh pernyataan efektif dari BAPEPAM-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham BISI (IPO) kepada masyarakat sebanyak 900.000.000 dengan nilai nominal Rp100,- per saham dengan harga penawaran Rp200,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 28 Mei 2007.

### **Program CSR PT BISI Internasional tbk**

Pada tahun 2015 PT BISI internasional tbk mempunyai program CSR yang digunakan untuk membantu

kesejahteraan petani di Indonesia. PT BISI Internasional tbk melihat bahwa hasil pertanian di musim kemarau sangat berbeda dengan musim penghujan saat petani menanam padi. Karena pada musim kemarau air sangat kurang petani tidak dapat menanam padi sehingga harus menanam palawija.

PT BISI Internasional tbk memiliki anak perusahaan yang bergerak di bidang pengadaan bibit jagung hibrida. Melihat petani yang hanya bias menanam palawija serta harga yang rendah di pasar maka PT BISI Internasioanal tbk tergerak untuk membantu petani. PT BISI Internasioanal menggandeng kelompok-kelompok tani untuk membantu ketersediaan benih jagung hibrida yang dijual oleh anak perusahaan PT BISI Internasional tbk.

PT BISI Internasional tbk memberikan pelatihan penanaman jagung yang baik agar hasilnya bias maksimal. PT BISI Internasional tbk pertama kali bekerjasama dengan kelompok tani Putra Lestari Dusun Pendem desa Tegaltirto Bebah Sleman pada tahun 2015. PT BISI Internasional memberikan pelatihan cara menanam yang baik agar hasil maksimal,

menyediakan bibit gratis, bantuan pupuk yang bias dibayar setelah panen dengan menguragi hasil penjualan, serta membeli dengan harga diatas harga pasar.

Pada tahun pertama bekerjasama yaitu tahun 2015 tidak semua lahan milik anggota kelompok tani Putra Lestari ditanami jagung yang disediakan oleh PT BISI Internasional tbk. Hasil percobaan ini digunakan untuk membandingkan dengan cara penanaman yang dilakukan oleh petani pada umumnya. Luas lahan yang ditanami hanya seluas 20 hektar dari 80 hektar lahan yang dimiliki oleh anggota kelompok tani Putra Lestari.

Dilihat dari hasil panen oleh petani yang bekerjasama dsdengan PT BISI Internasional tbk yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan cara tanam yang lama maka pada tahun kedua luas lahan yang ditanami ditingkatkan. Pada tahun 2016 luas lahanyang ditanami ditingkatkan menjadi seluas 70 hektar. Akan tetapi pada tahun 2016 ada kendala yang dihadapi petani. Karena sedikitnya air yang tersedia ada sebagian lahan petani yang tidak mendapatkan pengairan sehingga tanaman jagung menjadi mati

dan petani gagal panen.

Karena kendala yang dialami pada tahun 2016 maka jumlah petani yang tertarik untuk bekerjasama pada tahun 2017 mengalami penurunan. Luas lahan petani yang ditanami jagung bekerjasama dengan PT BISI Internasional tbk menjadi seluas 42 hektar. Untuk mengatasi kendala yang dialami pada tahun 2017 maka PT BISI Internasional mengantisipasinya dengan membuat sumur pada lahan yang jauh dari saluran air serit memberikan diesel penyedot air. PT BISI Internasional tbk membuat 2 buah sumur sert memberikan 1 mesin diesel penyedot air. Dengan adanya bantuan ini maka proses pengairan tanaman jagung tidak terkendala lagi. Petani merasakan hasil panen yang cukup baik selain itu pada tahun ini PT BISI Internasional meningkatkan harga belinya dari petani.

Pada tahun 2018 petani yang tertarik bekerjasama dengan PT BISI Internasional tbk meningkat kembali. Luas lahan yang ditanami jagung bekerjasama dengan PT BISI Internasional tahun 2018 seluas 68 hektar karena ada beberapa petani yang lahannya memang tidak

terjangkau oleh pengairan sehingga tidak cocok untuk ditanami jagung. Pada tahun 2018 ini hasil panen jagung anggota kelompok tani Putra Lestari sangat memuaskan dan kembali tahun ini PT BISI Internasional tbk menaikkan harga beli dari petani.

Pada tahun 2019 PT BISI Internasional kembali memberikan bantuan pembuatan sumur untuk lahan yang kurang mendapatkan pengairan serta membelikan 1 lagi mesin diesel penyedot air. Dengan adanya penambahan 2 buah sumur setrtta satu mesin diesel penyedot air maka luas lahan yang bias mendapatkan pengairan lebih luas lagi. Pada tahun 2018 ini luas lahan milik anggota kelompok tani Putra Lestari meningkat kembali menjadi 73 hektar. Pada tahun 2019 ini PT BISI Internasional tbk kembali meningkatkan harga beli di tingkat petani. Akan tetapi pada tahun 2018 ini petani mendapat hambatan dengan adanya hama ulat serta penyakit busuk akar sehingga mengganggu pertumbuhan tanaman jagung. Petani mengatasi dengan obat-obatan sehingga wabah ini tidak terlalu mengganggu panen secara keseluruhan dan yang terdampak juga tidak terlalu luas.

Harga beli oleh PT BISI Internasioanal tbk selisihnya dengan harga pasar tidak terlalu jauh akan tetapi bentuk panen jagung yang dibeli berbeda sehingga selisih total pendapatan petani cukup jauh dibandingkan jika dijual dengan harga pasar. Ketyika menjual ke pasar petani menjual jagungnya dalam bentuk pipilan kering akan tetapi PT BISI

Internasional tbk membelidalam bentuk tongkol kering sehingga jagung yang dijual beratnya bertambah dengan berat tongkol. Lagipula dengan bentuk tongkol kering petani bias lebih menhematbiaya produksi karena tidak perlu melepaskan jagung dari tongkolnya sehingga lebih menghemat tenaga dan waktu.

Tabel 1

Luas Lahan Anggota Kelompok Tani Putra Lestari Yang ditanami Jagung

Tahun	Luas seluruh lahan	Luas lahan yang ditanami jagung	Jumlah Petani Penggarap
2015	80 hektar	20 hektar	32
2016	80 hektar	70 hektar	85
2017	80 hektar	42 hektar	54
2018	80 hektar	68 hektar	78
2019	80 hektar	73 hektar	94

Sumber : Diolah dari Hasil wawancara Ketua Kelompok Tani

Tabel 2

Harga Jual Jagung di Tingkat Petani

Tahun	Harga Jual Jagung Pipilan Kering di Pasar/kg	Harga Jual jagung Kering Tongko oleh PT BISI
2015	Rp 1.800	Rp 2.000
2016	Rp 2.000	Rp 2.500
2017	Rp 2.550	Rp 3.000
2018	Rp 3.000	Rp 3.500
2019	Rp 3.250	Rp 4.000

Sumber : Diolah dari Hasil wawancara Ketua Kelompok Tani

#### D. Penutup

##### Kesimpulan

Program CSR PT BISI Internasional tbk terhadap kelompok tani Putra Lestari Dusun Pendem Desa Tegaltirto Berbah Sleman ini cukup meningkatkan kesejahteraan petani. Petani mendapatkan pelatihan untuk menanam jagung dengan benar sehingga hasilnya bias lebih maksimal. Kelompok tani mendapatkan benih jagung secara gratis agar jagung yang ditanam seragam. Bantuan untuk pemupukan yang bisa dibayarkan setelah panen sangat meringankan beban petani. Penanggulangan hama dan penyakit juga diberikan oleh PT BISI Internasional tbk secara gratis. Karena bentuk jagung yang dibeli PT

BISI Internasional tbk sekaligus dengan tongkolnya maka hasil yang diperoleh petani juga lebih tinggi selain harga beli yang di atas harga pasar.

##### Saran

1. Sebaiknya petani yang mengalami gagal panen karena kekeringan juga diperhatikan karena telah mengeluarkan biaya produksi setidaknya tidak perlu mengganti biaya pupuk karena tidak punya pendapatan dari program tersebut.
2. Lebih diperhatikan juga pemberian obat-obatan untuk mengatasi penyakit dan hama
3. Sebaiknya program CSR ini lebih diperluas lagi karena keajahteraan petani yang meningkat cukup banyak

#### Daftar Pustaka

- Abidin, Said Zainal. 2004. *Kebijakan Publik*. Jakarta: Penerbit Pancur Siwah.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian : suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Desjardins, Hartman. 2012. *Etika Bisnis ; Pengambil Keputusan untuk Integritas Pribadi dan Tanggung Jawab Sosial*. Erlangga : Jakarta.
- Ernawan, R. Erni. 2011. *Business Ethics*. Alfabeta : Bandung
- Ibrahim, 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Panduan Penelitian Beserta Contoh Prposal Kualitatis*. Alfabeta CV Ibnu Hajar. Bandung

- Lawrence, Weber, dan Post, 2005. *Business and Society*
- Parsons, 1961. *The School Class as a social system: some of its functions in American Society,* in Halsey, P., Broadfoot., P. Cross, M. Osborn., D. Abbott (eds.) *Education, Economy and Society* London, Collier/Macmillan pp 434-455.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi.* PT Rajawali Pers. Jakarta
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen,* PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Simamora, Henry. *Manajemen Sumber Daya Manusia.* 2007, SIE YKPN, Yogyakarta.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan : Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* 2013, Alfa Beta, Bandung.
- Wibisono, Yusuf 2007, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility),* PT Gramedia, Jakarta.
- <http://cahyaniidewi.blogspot.co.id/2013/01/etika-bisnis.html>