



UNIVERSITAS INDONESIA

**STUDI EVALUASI PROGRAM PEMBERDAYAAN PETANI
KEDELAI HITAM**

**(Studi Kasus: Program Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam oleh
Yayasan Unilever Indonesia, sebagai bentuk *corporate social
responsibility* dari PT Unilever Indonesia Tbk)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
sarjana**

**PRADHIVI AYUNDA BALQIS MONINGKA
0806347800**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM SARJANA REGULER
DEPARTEMEN SOSIOLOGI
DEPOK
JULI 2012**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Pradhivi Ayunda Balqis Moningka

NPM : 0806347800

Tanda Tangan : 

Tanggal : 27 Juni 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Pradhivi Ayunda Balqis Moningka
NPM : 0806347800
Program Studi : Sarjana Reguler Sosiologi
Judul Skripsi : Studi Evaluasi Program Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam (Studi Kasus: Program Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam oleh Yayasan Unilever Indonesia, sebagai bentuk *corporate social responsibility* dari PT Unilever Indonesia Tbk)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Sarjana Reguler Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Linda D. Ibrahim, MT (.....)

Penguji : Dr. Dody Prayogo (.....)

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 27 Juni 2012

KATA PENGANTAR

Skripsi ini merupakan hasil penelitian studi evaluasi yang dilakukan terhadap program pemberdayaan petani kedelai hitam oleh Yayasan Unilever Indonesia sebagai bentuk *corporate social responsibility* dari PT Unilever Indonesia Tbk. Unilever Indonesia sendiri merupakan salah satu korporasi multinasional yang telah hadir di Indonesia sejak awal tahun 1900-an. Perkembangannya yang semakin besar setiap tahun tentunya memberikan dampak langsung maupun tidak langsung terhadap masyarakat di Indonesia dengan *brand* yang ia bawa dari dunia barat maupun *brand* lokal yang diambil oleh korporasi ini. Salah satu *brand* lokal yang dinaungi oleh Unilever Indonesia sampai sekarang adalah *brand* kecap ternama, yaitu Kecap Bango.

Kecap Bango diproduksi secara masal dalam setiap produksinya, menyebabkan korporasi memerlukan ketersediaan bahan baku utama dari produk dengan kuantitas yang sangat tinggi, yaitu kedelai hitam itu sendiri. Dengan *brand*-nya yang tergolong *premium* dibanding *brand* serupa lainnya, korporasi juga memerlukan bahan baku dengan kualitas yang tinggi pula, oleh karena itu kualitas bahan baku yang diperlukan juga tidak dapat diambil dari sembarang *supplier*. Hal ini kemudian menjadi salah satu pertimbangan korporasi, dimana sampai dengan awal tahun 2000-an, korporasi terus melakukan impor kedelai hitam, dimana tentunya hal ini akan membuat biaya produksinya terus tinggi. Ini merupakan fakta yang tidak seharusnya ditemukan di dalam negara agrikultural seperti Indonesia, dimana secara historis selalu hidup dengan sektor pertanian.

Untuk itu, adanya gagasan merancang suatu *design* kemitraan dengan berbagai pihak yang dapat menyokong kepentingan korporasi ini kemudian dilakukan. Dengan landasan bahwa di dalam kemitraan ini semua pihak diharapkan mendapatkan kepentingannya masing-masing secara bersamaan. Petani, Universitas Gadjah Mada, serta beberapa LSM pendukung kemudian dirangkul untuk menyukseskan program ini. Menarik untuk ditinjau adalah bagaimana program ini telah dilakukan oleh Unilever Indonesia sebelum adanya tren korporasi untuk mempunyai tanggungjawab sosial korporasi, atau yang

disebut dengan *corporate social responsibility*, berkembang di budaya kinerja para korporasi di sekitarnya. Bahkan program telah lebih dulu dirancang sebelum Unilever Indonesia sendiri membentuk divisi tersendiri untuk melakukan implementasi tanggungjawab sosial korporasi.

Namun, terdapat berbagai kasus dalam kinerja CSR korporasi yang dinilai hanya menempatkan CSR sebagai 'kosmetik' atau pelengkap kegiatan bisnisnya. Oleh karena itu, dilakukannya evaluasi terhadap program CSR tersebut perlu dilakukan untuk meninjau apakah upaya yang dilakukan korporasi ini benar ideal untuk dikategorikan sebagai suatu bentuk implementasi CSR secara bisnis maupun sosial. Dengan latar belakang tersebut, peneliti kemudian melakukan studi evaluasi terhadap program pemberdayaan kedelai hitam tersebut.

Akhirnya, peneliti berharap agar tulisan ini dapat menjadi sumbangan dalam ilmu pengetahuan serta tinjauan praktis. Namun demikian, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, sehingga dibutuhkan saran-saran yang membangun demi perbaikan pada penelitian lebih lanjut.

Depok, 28 Juni 2012

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas berkat, rahmat, serta ridho-nya saya akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam pun tidak lupa saya panjatkan ke hadirat Nabi Muhammad SAW. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Sosial, Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia. Penulisan skripsi ini saya selesaikan dengan berbagai rintangan yang menghadang, namun selalu diikuti dengan bantuan dari Allah SWT serta berbagai pihak yang tiada hentinya membantu saya untuk akhirnya menyelesaikan perjuangan selama kurang lebih setahun penuh.

Oleh sebab itu, pada kesempatan ini saya mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

- 1) Kedua orang tua saya yang selalu menancapkan mimpi-mimpi indahya kepada anaknya, yang mereka tahu percis mempunyai banyak sekali kekurangan sebagai seorang anak. Omelan Mami serta dumelan Papi yang ditelan setiap hari justru menjadi *booster* tersendiri dalam menyelesaikan pendidikan saya agar dapat tepat waktu, sesuai dengan keinginan mereka sejak awal masuk perguruan tinggi negeri. Tidak lupa Oma, Tulang, Tante, serta anggota keluarga baru, Take, yang selalu membuat kaki ingin pulang kampung ketika mulai jengah dengan hiruk pikuk ibukota. Salah satu impian kalian Alhamdulillah akhirnya sudah dapat Dipi capai kan ya? Subhanallah.
- 2) Dosen yang saya diidolakan sejak masuk sosiologi di semester 1, yang entah dapat rejeki darimana, telah bersedia menjadi pembimbing skripsi saya ini. Mba Linda Darmajanti, berjuta terima kasih kiranya tidak dapat mewakili rasa apresiasi saya kepada Mba yang telah sabar menghadapi anak bimbingannya yang malas dan *deadliner* ini. Terima kasih banyak Mba Linda, jujur saya belajar sejuta hal dari Mba. Tidak lupa pula kepada Mas Dody yang sudah memberikan banyak pelajaran seputar dunia CSR dan masukannya yang sangat konstruktif terhadap skripsi saya ini. Serta Mba Nadia tersayang, PA terbaik di jagad raya yang selalu ceria membimbing saya yang IP-nya pas-pasan sejak semester 1 ini. I love you, Mba.

- 3) Para sahabat sosio yang menjadi tempat suka duka selama 4 tahun di UI. Teruntuk Bibop, Gendut, dan Ningsih, terlalu banyak hal yang dilewati bersama, dari mulai yang penting, sampai hal-hal yang tidak penting sama sekali untuk dilakukan. Cari di ujung dunia pun mungkin ga akan bisa nemuin sosok *kreyzi* macam kalian bertiga. Dan tidak lupa pula untuk para teman sosio lainnya, para #SkripsiForMama yang menjadi peluntur stres ketika *stuck* mantengin Ms. Word. Kalian yang terbaik yang pernah ada.
- 4) Bintang Bustanul Aqilin. Perannya lebih dari apa yang diharapkan ketika pertama kali menjawab 'iya'. Perjalanan yang dilalui pun telah melebihi perkiraan kemampuan kita sebelumnya. Terima kasih sudah hadir dan ada untuk aku dan semuanya berkaitan denganku, termasuk skripsi ini.
- 5) Seluruh jajaran direksi Yayasan Unilever Indonesia. Bu Sinta, Mba Maya, Mas Andre, Mba Waila, Dokter Leo, Mba Yola, yang memberikan segala kebutuhanku sejak magang sampai dengan ketika ku menuliskan skripsi ini. Serta para AsLap, Mas Wiwid, Mba Tya, dan Mba Hanis, kalian lah yang mempermudah segala hal yang sulit di skripsiku

Akhir kata, saya berharap Allah SWT dapat berkenan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi saya ini. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi kita semua. Amin Ya Rabbal 'alamin.

Depok, 28 Juni 2012

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pradhivi Ayunda Balqis Moningka
NPM : 0806347800
Program Studi : Sarjana Reguler Sosiologi
Departemen : Sosiologi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STUDI EVALUASI PROGRAM PEMBERDAYAAN PETANI
KEDELAI HITAM (STUDI KASUS: PROGRAM
PEMBERDAYAAN PETANI KEDELAI HITAM OLEH YAYASAN
UNILEVER INDONESIA, SEBAGAI BENTUK *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* DARI PT UNILEVER INDONESIA
TBK)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyipkan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada Tanggal : 27 Juni 2012

Yang menyatakan



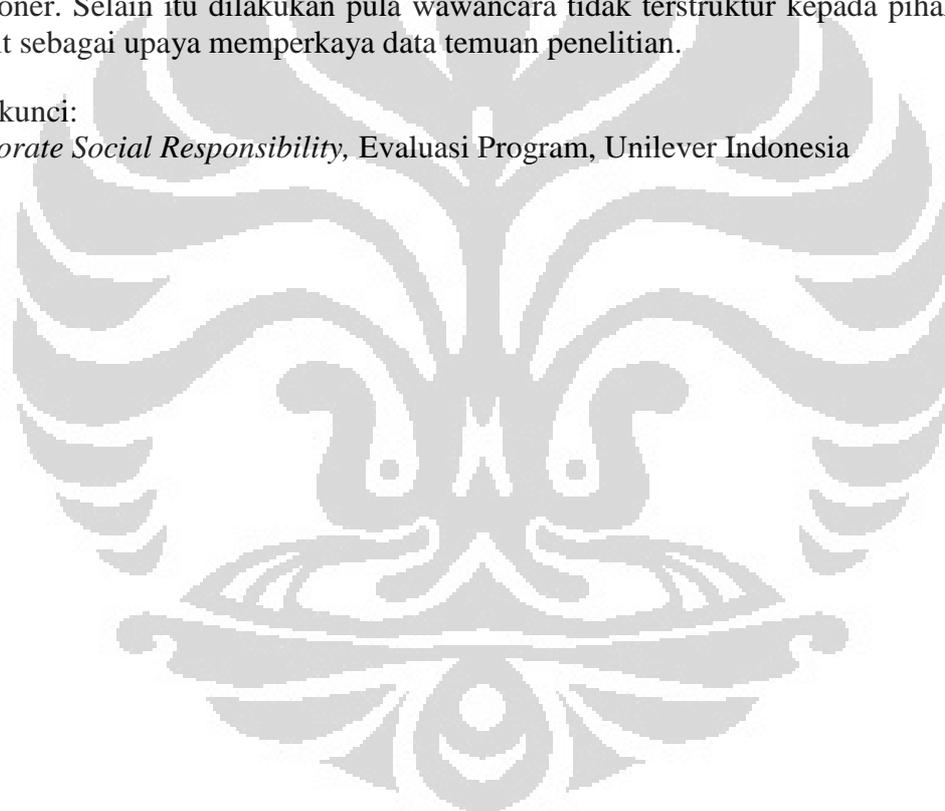
(Pradhivi Ayunda Balqis Moningka)

ABSTRAK

Nama : Pradhivi Ayunda Balqis Moningka
Program Studi : Sosiologi S1 Reguler
Judul : Studi Evaluasi Program Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam (Studi Kasus: Program Pemberdayaan petani Kedelai Hitam oleh Yayasan Unilever Indonesia, sebagai bentuk *corporate social responsibility* dari PT Unilever Indonesia Tbk)

Penelitian ini merupakan suatu bentuk evaluasi untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan program CSR Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam oleh Yayasan Unilever Indonesia, serta untuk melihat pengaruh struktur sosial dan budaya terhadap keberhasilan program tersebut. Penelitian ini mengambil Kabupaten Nganjuk sebagai cakupan wilayah penelitian dengan populasi sampel petani kedelai hitam di Kecamatan Gondang. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik pengumpulan data survey dengan menggunakan instrument kuesioner. Selain itu dilakukan pula wawancara tidak terstruktur kepada pihak-pihak terkait sebagai upaya memperkaya data temuan penelitian.

Kata kunci:
Corporate Social Responsibility, Evaluasi Program, Unilever Indonesia



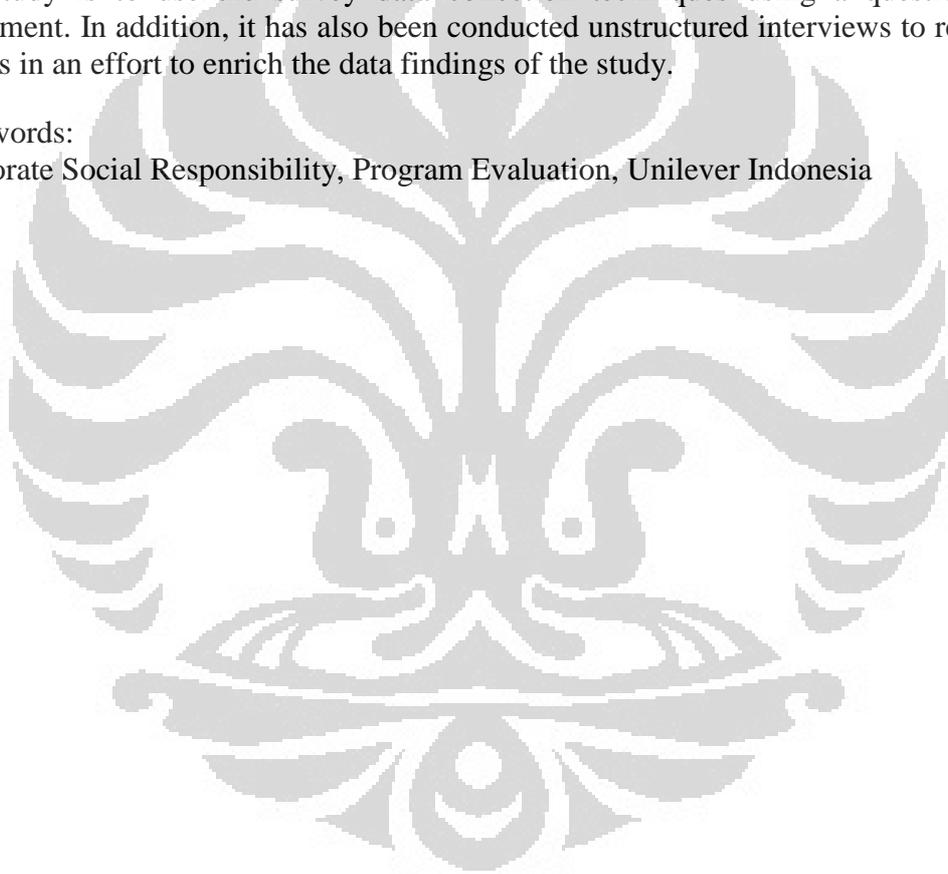
ABSTRACT

Name : Pradhivi Ayunda Balqis Moningka
Study Program : Sociology
Title : Evaluation Study of Black Soybean Farmers Empowerment Program (Case Study: Empowerment Program Black Soybean farmers by Unilever Indonesia Foundation, as a form of corporate social responsibility of PT Unilever Indonesia Tbk)

This study is an evaluation form to determine the extent of the success of the CSR program, Black Soybean Farmer Empowerment by Yayasan Unilever Indonesia, as well as to see the influence of the social structure and culture to the success of the program. This study takes Nganjuk coverage area of research with a sample population of black soybean farmers in the district of Gondang. The method used in this study is to use the survey data collection techniques using a questionnaire instrument. In addition, it has also been conducted unstructured interviews to relevant parties in an effort to enrich the data findings of the study.

Key words:

Corporate Social Responsibility, Program Evaluation, Unilever Indonesia



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Permasalahan	2
I.3 Tujuan Penelitian	9
I.4 Signifikansi Penelitian.....	9
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	
II.1 Studi Terdahulu	11
II.1.1 Pelaksanaan Program Pemberdayaan Masyarakat (Studi Khusus : Program Pemberdayaan Ekonomi melalui Usaha Budidaya Jarum Tiram di kampung Kandang Panjang, Tajur Halang, Bogor, Jawa Barat yang dikelola oleh Comdey Indonesia).....	11
II.1.2 Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Unilever Indonesia Tbk. (Analisis) Deskriptif terhadap Program “ Jakarta <i>Green &</i>	

<i>Clean 2009</i> “ di wilayah RW. 04 Kedoya Utara, Jakarta Barat).	13
II.2 Kerangka Teori.....	14
II.2.1 Definisi CSR.....	14
II.2.1.1 Desain	15
II.2.2 Evaluasi Program CSR.....	18
II.2.3 Struktur Sosial	19
II.2.3.1 Stratifikasi Sosial.....	19
II.2.3. Diferensiasi Sosial	20
II.3 Konseptualisasi.....	21
II.3.1 Evaluasi Program.....	21
II.3.2 Struktur Sosial Budaya.....	21
II.3.2.1 Stratifikasi Sosial.....	22
II.3.2.2 Diferensi Sosial	26
II.4 Operasionalisasi Konsep	28
II.4.1 Variabel Keberhasilan Program	28
BAB III Metode	
III.1 Pendekatan Penelitian.....	31
III.2 Jenis Penelitian	32
III.2.1 Berdasarkan Manfaat.....	32
III.2.2 Berdasarkan Tujuan.....	32
III.2.3 Berdasarkan Waktu.....	33
III.2.4 Berdasarkan Teknik Pengumpulan Data	33
III.3 Populasi dan sampel	34
III.4 Teknik Penarikan Sampel.....	36
III.5 Teknik Pengumpulan Data	37
III.6 Teknik Analisis Data	39
III.7 Proses Penelitian.....	39
III.8 Keterbatasan Penelitian	41

**BAB IV GAMBARAN UMUM PROFIL PERUSAHAAN, LOKASI
PENELITIAN, DAN STATUS SOSIAL BUDAYA
KOMUNITAS PETANI KEDELAI**

IV.1 PT. Unilever Indonesia	43
IV.1.1 Profil Perusahaan	43
IV.1.2 Unilever Indonesia dan usaha Keberlanjutan.....	50
IV.1.3 Yayasan Unilever Indonesia	54
IV.1.3.1 Profil Yayasan Unilever Indonesia	54
IV.1.4 <i>Echancing Livelihood</i> : Program Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam	58
IV.2.1 Kecamatan Gondang	62
IV.2.1.1 Demografi	62
IV.2.1.2 Pendidikan.....	64
IV.2.1.3 Kesehatan	65
IV.2.1.4 Ekonomi	67
IV.2.1.5 Pertanian.....	69
IV.2.1.6 Keagamaan.....	71
IV.2.2. Program pemberdayaan Petani Kedelai hItam di Kecamatan Gondang	71
IV.2.2.1 Tipologi Komunitas	72
IV.2.2.1.1 Usia	72
IV.2.2.1.2 Wilayah Tempat tinggal.....	73
IV.2.2.1.3 Kultural	74
IV.2.2.1.4 Struktural	78
IV.2.2.1.5 Instiusional.....	81
IV.2.2.2 Kegiatan Program Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam.....	83

BAB V ANALISA

V.1 Evaluasi Program	95
IV.1.1 Relevansi.....	95
IV.1.2 Efektifitas	99

IV.1.3 <i>Impact</i>	104
IV.1.4 Efisiensi.....	107
IV.1.5 <i>Sustaibility</i>	109
IV.1.6 <i>Replicability</i>	112
V. 2 Struktur Sosial Budaya dan Keberhasilan Program	115
IV.2.1 Stratifikasi Sosial	117
IV.2.2 Diferensiasi Sosial.....	118
V.3 Program Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam dan CSR	122

BAB VI KESIMPULAN

VI.1 Kesimpulan	125
VI.2 Rekomendasi saran	126

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

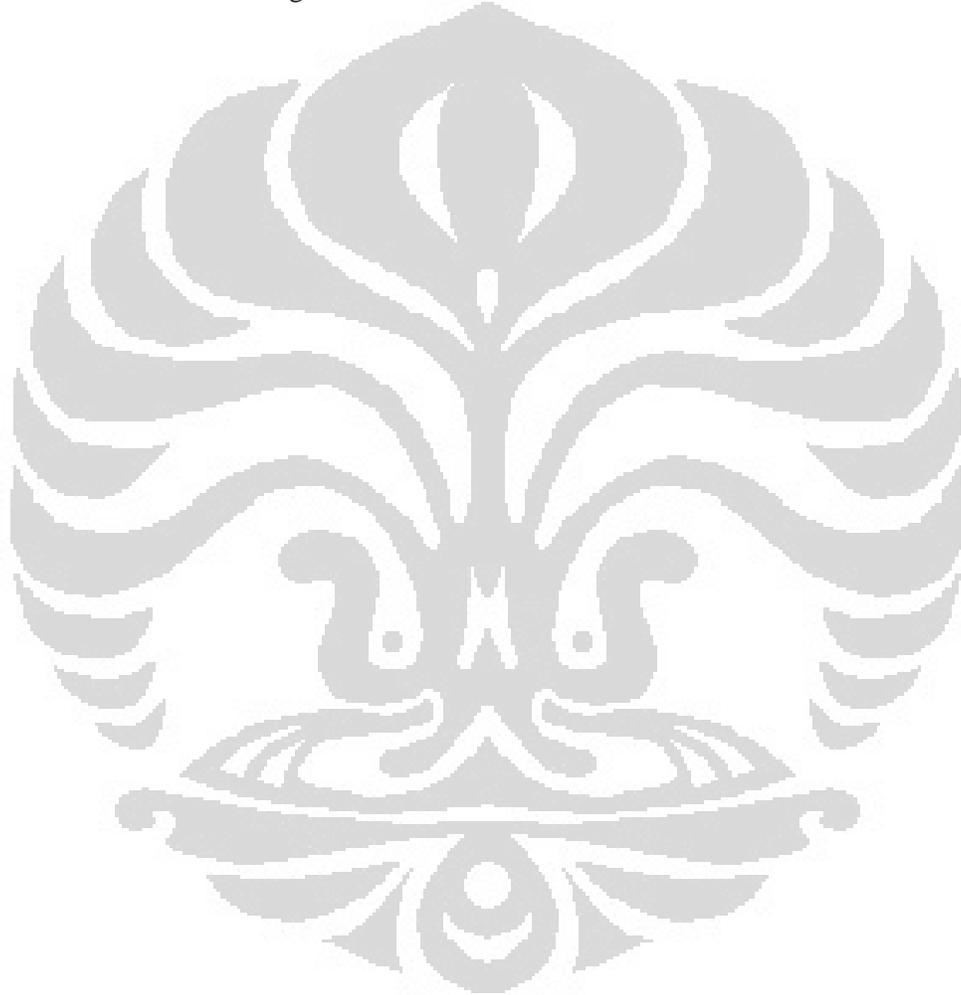
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Produktivitas Petani Kedelai Hitam Tahun 2007 -2010	4
Tabel 1.2	Perkembangan Peran Sektoral dalam PDRB ADH Konstan Kabupaten Nganjuk (Dalam Jutaan Rupiah).....	7
Tabel 2.1	Operasionalisasi Konsep Variabel Evaluasi	28
Tabel 4.1	Matriks Kronologi PT Unilever Indonesia Tbk	45
Tabel 4.2	Produksi, Impor, dan Ketersediaan Kedelai di Indonesia Tahun 1995-2002.....	58
Tabel 4.3	Nama Dukuh Menurut Kecamatan dan Desa Tahun 2010 Kecamatan Gondang, Kabupaten Nganjuk	63
Tabel 4.4	Jumlah Rumah Tangga dan Penduduk Kecamatan Gondang ...	63
Tabel 4.5	Fasilitas Pendidikan Kecamatan Gondang.....	64
Tabel 4.6	Jumlah Fasilitas Kesehatan Kecamatan Gondang	65
Tabel 4.7	Jumlah Penderita Penyakit Tertentu yang Dirawat di RSUD Nganjuk	66
Tabel 4.8	Industri Kecil dan Kerajinan Rumahtangga Menurut Jenis Hasil Kegiatannya	68
Tabel 4.9	Luas Panen dan Produksi Menurut Komoditas	70
Tabel 4.10	Banyaknya Tempat Ibadah di Kecamatan Gondang.....	71
Tabel 4.11	Data Perkembangan Program Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam Kabupaten Nganjuk.....	84
Tabel 4.12	Data Hasil Panen Kelompok Tani Musim Tanam Mei-Juni & Juni-Juli 2011	86
Tabel 4.13	Perbandingan Biaya Produksi Kedelai Hitam dengan Kedelai Putih	89
Tabel 4.14	Ketentuan Harga Jual Kedelai Hitam	90
Tabel 5.1	Penilaian Hasil Evaluasi Program Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam.....	114

DAFTAR GAMBAR & BAGAN

Bagan 3.1	Tahapan Penarikan Sampel	37
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT Unilever Indonesia Tbk	49
Gambar 4.2	Rantai Pemangku Kepentingan Unilever Indonesia.....	54
Gambar 4.3	Program Kemitraan Unilever-UGM-Petani	59
Gambar 4.4	Denah Pengembangan Petani Kedelai Hitam.....	61
Gambar 4.5	Tanah Aluvial	69
Gambar 4.6	Usia Responden	72
Gambar 4.7	Wilayah Tempat Tinggal.....	73
Gambar 4.8	Bahasa Sehari-hari.....	75
Gambar 4.9	Pendidikan Keturunan Responden	76
Gambar 4.10	Harapan Responden Terhadap Pekerjaan Anak	77
Gambar 4.11	Pendidikan Terakhir	79
Gambar 4.12	Status Kepemilikan Lahan	80
Gambar 4.13	Luas Lahan Milik Pribadi Responden	80
Gambar 4.14	Keanggotaan Kelompok Tani.....	81
Gambar 4.15	Jumlah Kelompok Tani	82
Gambar 4.16	Pengambilan Keputusan dalam Kelompok	83
Gambar 4.17	Tahun Bergabung Petani Responden	84
Gambar 4.18	Petani Mendapat Informasi Mengenai Program.....	85
Gambar 4.19	Proses Peminjaman Uang Tunai Kelompok Tani Bina Karya.	86
Gambar 4.20	Petani Kedelai Hitam Nganjuk.....	88
Gambar 4.21	Panen Raya Petani Kedelai Hitam.....	91
Gambar 5.1	Masalah Pertanian Petani Responden.....	96
Gambar 5.2	Program Sesuai dengan Masalah Pertanian.....	98
Gambar 5.3	Jumlah Petani Kedelai Hitam	99
Gambar 5.4	Tingkat Produktivitas Petani Kedelai Hitam.....	100
Gambar 5.5	Jumlah Hasil Panen yang Dijual kepada ULI	102
Gambar 5.6	Pengaruh Program terhadap Penghasilan Petani Kedelai Hitam	103
Gambar 5.7	Pengaruh Program terhadap Kesejahteraan Keluarga Petani...	104

Gambar 5.8	Tabungan Keluarga Petani	105
Gambar 5.9	Keberlanjutan Pertanian Kedelai Hitam apabila Fasilitas Diberhentikan	110
Gambar 5.10	Keberlanjutan Penjualan Hasil Panen apabila Sistem Kontrak Diberhentikan	111
Gambar 5.11	Petani Mempunyai Usaha Lain sebagai Sumber Pendapatan Keluarga	120



BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Kekuasaan dan pengaruh perusahaan raksasa atau korporasi di berbagai ranah kehidupan masyarakat yang semakin kokoh di era globalisasi adalah sebuah fakta empiris yang tidak dapat dielakkan. Dengan kekuatan itu, dampak positif maupun negatif dari perkembangan ini pun berkembang dengan sangat besar. Tidak dapat ditolak, fakta bahwa korporasi telah memberikan sumbangan bagi kemajuan ekonomi, peningkatan sumberdaya manusia, peningkatan pengetahuan serta teknologi, dan sebagainya. Khususnya untuk sebagian sektor industri, seperti pada industri manufaktur, peningkatan ekonomi dapat berjalan di berbagai sektor di Indonesia sebagai dampak dari kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh korporasi tersebut. Indonesia, sebagai negara agraris, mempunyai sumber daya alam yang sangat potensial untuk mendukung kegiatan ekonomi tersebut. Hal inilah yang menjadi salah faktor munculnya industri-industri yang dibangun di atas tanah negara Indonesia.

Namun, industri manufaktur dengan produksi massal yang membutuhkan bahan-bahan dasar dengan jumlah besar pun sering kali dihadapkan dengan fakta bahwa pada sektor agraris Indonesia sendiri, mempunyai kemampuan yang terbatas dalam hal kuantitas dan kualitas akan hasil agrarisnya. Permasalahan sosial yang muncul antara komunitas dengan korporasi ini kerap kali berhubungan dengan kurangnya *skill* dan teknologi yang dikuasai oleh komunitas lokal sehingga ketika dikaitkan dengan produksi bahan pangan yang diperlukan oleh korporasi, secara kuantitas maupun kualitas menjadi tidak terpenuhi. Ini akhirnya membuat korporasi harus memikirkan cara untuk memastikan rantai pasokannya agar secara stabil dapat memenuhi syarat produksi massalnya secara kualitas dan kuantitas. Secara struktur

bisnis di dalam organisasi korporasi, peningkatan kualitas sumber daya komunitas lokal – para *suppliers* bahan dasar produksi korporasi – bukanlah tanggung jawab dari korporasi tersebut. Namun, adanya hubungan saling ketergantungan antara keduanya pihak yang membuat korporasi mempunyai andil di dalam pengembangan mereka demi memenuhi kebutuhan profit korporasi tersebut.

Dalam perkembangannya, beberapa korporasi akhirnya menjadikan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai salah satu solusi dari permasalahan ini untuk menjadi media penghubung korporasi dengan *stakeholder*-nya, khususnya untuk mereka yang mempunyai kepentingan di dalam rantai pasokan produksi korporasi yang bergerak pada industri manufaktur. Di samping itu, tanggung jawab sosial korporasi yang adalah untuk turut menciptakan kesejahteraan dalam masyarakat, sekaligus secara bersamaan membangun relasi saling mendukung antara korporasi dengan masyarakat di sekitarnya (Dennis, 2007; Freeman, 2005; Bartkus, 2002; Kotler, 2005; Saia, 2003).¹ Berdasarkan dorongan ini, maka yang akhirnya membuat korporasi dibebankan sebuah kewajiban untuk melakukan sebuah pengembangan komunitas (CD) untuk memberikan kesempatan bagi komunitas lokal untuk mengembangkan potensi dirinya yang kembali lagi merupakan cara untuk meningkatkan produktifitas mereka sendiri demi memenuhi kualitas dan kuantitas bahan pangan yang dibutuhkan oleh korporasi.

I. 2 Permasalahan

Dengan melihat masalah rantai pasokan sebagai salah satu dorongan awal membentuk CSR, sering kali korporasi melupakan prinsip dasar dari CSR itu sendiri. Sehingga terdapat beberapa korporasi yang kemudian belum mempunyai pandangan yang tepat secara sosial mengenai keberhasilan dari sebuah program itu sendiri. Salah satunya adalah dengan melihat bentuk CSR yang dijalankan oleh PT Unilever Indonesia Tbk. Pada awalnya, pembentukan CSR ini berangkat dari kebutuhan Unilever Indonesia atas kedelai hitam dengan kuantitas dan kualitas yang tinggi,

¹ Prayogo, Dody. *Socially Responsible Corporate*. Hal.11.

maka CSR merupakan salah satu media penghubung korporasi kepada para *supplier*-nya, terutama para petani kedelai hitam.

CSR di korporasi ini dijadikan divisi khusus yang benar dibawah oleh payung *Corporate Relation*, dan telah beroperasi menggunakan nama Yayasan Unilever Indonesia (YUI). Di dalamnya YUI bekerja atas 4 (empat) pilar di bawahnya, yaitu *environment*, *public health education (PHE)*, *partnership for sustainable agriculture*, dan *humanitarian aid*. Keempat pilar ini beroperasi tidak jauh dari daerah atau *consumer goods* yang berhubungan dengan Unilever. *Environment* mencoba untuk menurunkan limbah sampah yang dihasilkan oleh kemasan produknya dengan menciptakan produk *Trashion*, sebuah produk *fashion* yang berbahan dasar kemasan bekas produk Unilever. Kemudian, PHE menjalankan Program Hidup Bersih dan Sehat dengan sosialisasinya mengenai pentingnya cuci tangan dan gosok gigi berhubungan dengan produknya Lifebuoy dan Pepsodent. Sedangkan untuk *partnership for sustainable agriculture*, kegiatan program dipusatkan kepada sektor yang berhubungan dengan produksi bahan pangan Sari Wangi dan Kecap Bango.

Untuk pilar yang terakhir tersebut, yaitu *partnership for sustainable agriculture*, kegiatan yang dilakukan lebih terlihat aktif dalam sektor pertanian kacang kedelai hitam, sebagai bahan baku pembuatan Kecap Bango. Pembibitan varietas kedelai hitam baru yang unggul, pemberdayaan petani, sampai pemberdayaan perempuan dilakukan dengan membentuk kemitraan dengan pihak-pihak yang dapat mendukung kegiatan tersebut, yaitu dengan lembaga akademis seperti Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, Lembaga Swadaya Masyarakat, serta dengan para petani mereka sendiri. Sejak tahun 2001, saat Unilever mengakuisisi Kecap Bango, Unilever telah membangun hubungan dengan Universitas Gadjah Mada (UGM), Jogjakarta untuk melakukan penelitian tentang kedelai hitam. Tim ini lah yang kemudian mengembangkan kultur kedelai hitam. Pada tahun 2002, program kemitraan YUI mulai berjalan di Kabupaten Bantul, Jogjakarta, ketika 25 petani kedelai terikat sebagai *suppliers* bahan mentah untuk Kecap Bango. Dan kemudian

program ini diterapkan satu per satu di berbagai kabupaten pemasok kedelai hitam untuk ULI dengan program dan implementasi yang serupa.

Unilever melakukan kegiatan program ini awalnya adalah dengan mendukung koperasi dengan memberikan bantuan keuangan pada petani untuk membeli alat dan benih. Koperasi lain didirikan di Trenggalek dan Bantul. Koperasi-koperasi ini mendorong panen agar lebih terorganisir sehingga laba bisa meningkat. Laba telah meningkat 300 persen pada tahun 2010 dibandingkan pada tahun 2009 dan ada juga peningkatan penggunaan lahan untuk pertanian kedelai hitam. Perkembangan ekonomi ini memberikan jaminan pada petani bahwa Unilever akan membeli panen mereka secara berkesinambungan. Harga pasaran kedelai hitam terus meningkat dan secara konsisten lebih tinggi dibandingkan kedelai kuning. Pada Desember 2010, harga satu kilogram kedelai hitam adalah Rp 6.400. Ini telah membantu proses produksi karena 30 persen kedelai hitam untuk Kecap Bango bersumber langsung dari petani yang telah dibantu.

Seiring berjalannya waktu sejak tahun 2002 ketika program pertama kali dijalankan, mulai dari Bantul sampai ke kabupaten lain seperti Pacitan, Kulonprogo, Nganjuk, dll., terdapat dinamika kuantitas peserta program ini. Terdapat beberapa kabupaten yang sempat mengalami masa *vacuum*.

Tabel 1.1
Perkembangan Produktivitas Petani Kedelai Hitam
Tahun 2007 – 2010

Tahun	Daerah	Luas Lahan (hektar)	Jumlah Petani	Beneficiaries	Hasil Panen (ton)	Productivity (Panen/Area)	Hasil dikirim ke ULI (ton)
2010	Bantul	0.00	0	0.00	0.00	0.00	0.00
	Gunung Kidul	0.00	0	0.00	0.00	0.00	0.00
	Kulon Progo	0.00	0	0.00	0.00	0.00	0.00
	Wonogiri	0.00	0	0.00	0.00	0.00	0.00
	Pacitan	86.20	988	4940.00	42.75	0.50	38.74
	Trenggalek	56.72	334	1670.00	12.25	0.22	11.45
	Nganjuk	288.85	185	925.00	186.63	0.65	140.75
	Madiun	291.74	1344	6720.00	219.56	0.75	150.57
	Ngawi	395.80	948	4740.00	262.75	0.66	154.58
	Klaten	-	0	0.00	-	-	-
	Ciwalen	5.00	-	-	4.45	0.89	-
Total	1119.31	3799.00	18995.00	723.93	2.77	496.09	
2009	Bantul	44.50	409	2045.00	53.40	1.20	10.29
	Gunung Kidul	0.00	0	0.00	0.00	0.00	0.00
	Kulon Progo	1.20	5	25.00	0.20	0.17	-
	Wonogiri	8.67	81	405.00	2.64	0.30	2.65
	Pacitan	132.80	827	4135.00	30.21	0.23	30.45
	Trenggalek	19.39	103	515.00	3.06	0.16	3.02
	Nganjuk	52.72	99	495.00	34.47	0.65	22.65
	Madiun	109.10	463	2315.00	75.90	0.70	55.50
	Ngawi	0.00	0	0.00	0.00	0.00	0.00
	Klaten	-	0	0.00	-	-	-
	Ciwalen	-	-	-	-	-	-
Total	368.38	1987.00	9935.00	199.89	3.41	124.55	

	Gunung Kidul	31.04		0.00	1.02	0.03	-
	Kulon Progo	73.65	427	2135.00	110.48	1.50	9.20
	Wonogiri	7.89	58	290.00	2.98	0.38	-
	Pacitan	103.34	653	3265.00	13.88	0.13	10.00
	Trenggalek	113.40	618	3090.00	1.40	0.01	-
	Nganjuk	6.86	20	100.00	4.40	0.64	-
	Madiun	98.71	286	1430.00	59.12	0.60	40.00
	Ngawi	252.60	472	2360.00	35.24	0.14	29.42
	Klaten	-	0	0.00	-	-	-
	Ciwalen	-	-	-	-	-	-
	Total	780.23	3316.00	16580.00	251.65	3.69	88.62
2007	Bantul	69.81	742	3710.00	17.92	0.26	13.28
	Gunung Kidul	52.00	499	2495.00	3.42	0.07	0.00
	Kulon Progo	6.29	46	230.00	1.14	0.18	0.00
	Wonogiri	0.00	0	0.00	0.00	-	0.00
	Pacitan	0.00	0	0.00	0.00	-	0.00
	Trenggalek	154.00	1098	5490.00	68.00	0.44	62.80
	Nganjuk	90.39	183	915.00	98.00	1.08	88.55
	Madiun	67.10	194	970.00	45.96	0.68	37.50
	Ngawi	552.34	2154	10770.00	165.86	0.30	98.86
	Klaten	36.01	96.00	480.00	14.02	0.39	8.00
	Ciwalen	5.00	1.00	5.00	4.45	0.89	-
		Total	1032.93	5013.00	25060.00	418.78	3.40

Dari data di atas terlihat terdapat beberapa kabupaten yang secara tidak konsisten memberikan hasil taninya kepada ULI. Namun ada 1 (satu) kabupaten yang secara konsisten, walaupun dengan kuantitas yang tidak stabil, selalu memberikan hasil taninya setiap tahun kepada ULI, yaitu Kabupaten Nganjuk.

Unilever Indonesia sebagai sebuah korporasi, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, merupakan salah satu korporasi yang mempunyai latar belakang pembentukan CSR sebagai strategi untuk memastikan rantai pasokan sesuai dengan kualitas dan kuantitas yang dibutuhkan, yang pada kasus ini adalah melalui program pemberdayaan petani kedelai hitam sebagai *suppliers* bahan dasar salah satu produk Studi evaluasi..., Pradhivi Ayunda Balqis Moningka, FISIP UI, 2012

Unilever Indonesia, Kecap Bango. Berdasarkan datanya, sehubungan dengan indikator keberhasilan ULI terhadap programnya, terdapat beberapa kabupaten yang secara stabil menjual sebagian besar hasil taninya kepada Unilever. Namun terdapat pula beberapa kabupaten yang masih menjual sebagian besar hasil taninya kepada tengkulak dengan kemungkinan beralasan bahwa hasil tani mereka dibeli dengan harga yang lebih tinggi dibanding apabila mereka menyerahkan hasil taninya kepada koperasi tani untuk dijual kepada pihak Unilever Indonesia. Terlihat pada data konsumsi benih pada bulan September 2011, terdapat perbedaan yang signifikan pada masing-masing kabupaten dalam penjualan hasil kedelai hitamnya kepada ULI.

Kabupaten Nganjuk, sebagai salah satu Kabupaten yang berpartisipasi dalam kegiatan pemberdayaan petani kedelai hitam, berdasarkan datanya merupakan kabupaten yang dengan stabil selalu menjual hasil kedelai hitamnya kepada ULI. Sehingga dilihat dari indikator produktivitas dan penjualannya, Nganjuk merupakan salah satu kabupaten dengan tingkat keberhasilan yang tinggi dibanding kabupaten peserta program lainnya. Secara umum, Kabupaten Nganjuk memang merupakan kabupaten yang mayoritas kegiatan ekonominya berjalan di sekitaran sektor pertanian. Struktur perekonomian dan laju pertumbuhan ekonomi sektoral lebih lanjut dapat dilihat pada table di bawah ini.

Tabel 1.2
Perkembangan Peran Sektoral dalam PDRB ADH Konstan
Kabupaten Nganjuk (Dalam Jutaan Rupiah)

Sektor	Tahun				
	2003	2004	2005	2006	2007
a. Pertanian	1.158.216,39	1.198.600,60	1.249.628,02	1.307.265,10	1.361.933,45
b. Pertambangan dan penggalian	58.830,95	59.723,06	62.206,53	64.659,24	66.676,61
c. Industri	287.821,62	307.420,95	327.817,17	344.319,21	359.589,27
d. Listrik, gas, air bersih	13.089,83	14.678,39	15.775,23	16.493,44	17.505,64
e. Bangunan	82.305,74	84.961,93	89.764,92	93.872,02	98.912,95
f. Perdagangan, hotel dan	1.163.542,66	1.246.281,08	1.339.310,91	1.447.549,10	1.574.264,89

restoran					
g. Angkutan dan komunikasi	75.754,42	78.799,18	82.507,04	86.506,60	92.411,95
h. Keuangan, persewaan, jasa perusahaan	137.442,11	143.060,43	149.193,42	155.560,26	162.998,68
i. Jasa-jasa	343.948,62	358.882,88	375.005,03	395.896,50	418.308,09
Jumlah	3.320.952,34	3.492.408,50	3.691.208,27	3.912.121,47	4.152.601,53

Sumber: Kabupaten Nganjuk Dalam Angka tahun 2008

Terlihat pada kontribusinya pada PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) sampai tahun 2007, sektor pertanian merupakan salah satu sektor ekonomi yang paling tinggi partisipasinya dalam meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Nganjuk. Hal ini kemudian berhubungan dengan pekerjaan mayoritas penduduk Kabupaten Nganjuk yang sebagian besar berkecimpung di dunia pertanian. Berdasarkan hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Kabupaten Nganjuk tahun 2006, persentase jenis pekerjaan penduduk Kabupaten Nganjuk adalah pertanian sebesar 49,44%, industri sebesar 8,61%, perdagangan sebesar 18,48%, jasa sebesar 12,21% dan lainnya sebesar 9,69%. Dikaitkan dengan tingkat keberhasilan program pemberdayaan petani kedelai hitam oleh YUI di Kabupaten Nganjuk, sejumlah hasil evaluasi yang telah dilakukan menunjukkan bahwa memang sebagian permasalahan dalam program CSR dan CD terletak pada keadaan komunitas itu sendiri, serta bagaimana potensi yang ada pada wilayah (desa) dan komunitas tersebut. Oleh karenanya, dengan melihat dan mempertimbangkan keadaan wilayah dan komunitas serta potensi yang ada pada komunitas, maka sebuah evaluasi program CSR dan CD akan menjadi lebih lengkap, utuh dan obyektif karena dilihat dari cakupan yang lebih komprehensif.

Dari data empiris tersebut di atas, pertanyaan penelitian yang dapat dirumuskan oleh peneliti adalah:

1. Bagaimana keberhasilan korporasi menjalankan program CSR terhadap petani kedelai hitam di Kabupaten Nganjuk?

2. Bagaimana struktur sosial budaya Kabupaten Nganjuk menunjang tingkat keberhasilan program CSR korporasi ?

I. 3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan pertanyaan penelitian di atas, penelitian ini bertujuan :
(a) untuk mengevaluasi program pemberdayaan petani oleh Yayasan Unilever Indonesia dan mngkaji secara sosiologis tingkat keberhasilan program pemberdayaan petani kedelai hitam; (b) studi ini adalah akan mengidentifikasi bagaimana struktur sosial budaya mendukung keberhasilan program di Kabupaten Nganjuk, sebagai kabupaten pertama sebagai yang dijadikan target implementasi program pemberdayaan petani (CSR Yayasan Unilever Indonesia).

I. 4 Signifikansi Penelitian

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kepada Yayasan Unilever Indonesia, maupun pihak lain yang sedang merencanakan atau menjalankan program pemberdayaan petani baik dalam penyusunan perencanaan maupun melakukan evaluasi program tersebut. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan saran kepada mereka yang ikut serta di dalam program pemberdayaan petani sebagai kunci dari keberhasilan suatu program.

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan terhadap ilmu sosiologis, khususnya mengenai topik *corporate social responsibility* masih jarang dikaji secara mendalam pada tahap implementasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai proses-proses perencanaan sosial yang berbasis komunitas. Selain itu studi ini akan dapat digunakan sebagai wacana dan referensi penelitian lanjutan berbagai karya akademis lainnya yang terkait.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

II.1. Studi Terdahulu

Sebagai rujukan, penelitian ini menggunakan beberapa kepustakaan berupa hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan.

II. 1. 1 Pelaksanaan Program Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus: Program Pemberdayaan Ekonomi melalui Usaha Budidaya Jamur Tiram, di Kampung Kandang Panjang, Tajur Halang, Bogor, Jawa Barat yang dikelola oleh Comdev Indonesia)

Sejak krisis ekonomi melanda Indonesia pada tahun 1998 menyebabkan kemiskinan semakin meningkat jumlahnya. Meskipun sejak tahun 1998 hingga saat ini jumlah masyarakat miskin sudah mengalami penurunan, namun jumlahnya masih sangat besar. Yang kemudian masalah ini ditindaklanjuti oleh berbagai pihak, dari lembaga pemerintah sampai kepada lembaga non-pemerintah, yang salah satunya dilakukan oleh Lembaga Comdev Indonesia, sebagai salah satu lembaga pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat. Comdev Indonesia mencoba menanggulangi fenomena kemiskinan dengan menerapkan program pemberdayaan di salah satu daerah di Bogor, Jawa Barat, tepatnya di Kampung Kandang Panjang.

Penelitian ini mengangkat mengenai Program Pemberdayaan Ekonomi melalui Usaha Budidaya Jamur Tiram. Program pemberdayaan ini merupakan program yang menjadikan perempuan sebagai pelaku utamanya, dan program seperti ini masih jarang ditemukan di Indonesia. Dalam perjalanannya, program sudah menjalani dua kali perguliran dana, namun dari periode pertama ke periode kedua, jumlah anggota justru mengalami penyusutan, bukan penambahan, karena itulah menjadi menarik untuk melihat bagaimana proses pelaksanaannya dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pelaksanaan program tersebut.

Di dalam penelitian ini, peneliti mengangkat tentang bagaimana proses pelaksanaan Program Pemberdayaan Ekonomi melalui Usaha Budidaya Jamur Tiram serta faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan program tersebut, baik yang

menghambat maupun yang mendukung. Di dalam penelitian ini, digunakan konsep tahapan pemberdayaan masyarakat dengan menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode wawancara mendalam terhadap beberapa orang informan yang dianggap dapat memberikan informasi yang tepat untuk mendukung penelitian tersebut.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini bahwa secara keseluruhan tahapan proses pemberdayaan yang dilaksanakan dalam Program Pemberdayaan Ekonomi melalui Usaha Budidaya Jamur Tiram sesuai dengan tahapan pemberdayaan masyarakat yang dikemukakan oleh Adi, yaitu tahapan assessment, tahapan perencanaan, dan tahapan evaluasi yang dalam pengimplementasiannya terdapat perbedaan dalam pelaksanaan teknisnya dengan konsep oleh Adi tersebut.

Adapun faktor yang mendukung pelaksanaan Program Pemberdayaan Ekonomi melalui Usaha Budidaya Jamur Tiram yang ditemukan oleh peneliti adalah penerimaan yang baik dari sasaran, penjalinan hubungan dengan tokoh setempat, kemauan anggota untuk mempelajari hal baru, kecocokan program dengan sasaran, keinginan kuat dari anggota untuk mengubah perekonomian, dan totalitas dari pendamping. Sedangkan faktor penghambat yang ditemukan adalah assessment yang kurang mendalam, anggota yang tidak memiliki kemampuan pengelolaan jamur, pembagian kekuasaan antara pendamping dan ketua kelompok, tingkat pendidikan anggota, konflik internal anggota, komunikasi yang tidak lancar antara pendamping dan pengelola program, *money-oriented* dari anggota, dan kebiasaan hutang serta pemakaian hasil penjualan jamur oleh anggota.

II. 1. 2 Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program *Corporate Social Responsibility* PT Unilever Indonesia Tbk. (Analisis Deskriptif terhadap Program “*Jakarta Green & Clean 2009*” di Wilayah RW 04 Kedoya Utara, Jakarta Barat) oleh Laily Syukriah Himayati

Penelitian ini membahas tentang proses pemberdayaan masyarakat melalui program CSR dari PT Unilever Indonesia Tbk. yang bernama “*Jakarta Green & Clean 2009*”, dengan studi kasus wilayah RW 04 Kedoya Utara. Program JGC merupakan sebuah perlombaan dengan tujuan jangka panjang mengubah paradigma

masyarakat yang terjadi melalui program JGC 2009 di RW 04 Kedoya Utara. Di dalamnya juga mempertanyakan mengenai faktor-faktor apa saja yang mendukung dan menghambat proses pemberdayaan masyarakat yang terjadi melalui program *corporate social responsibility* “*Jakarta Green & Clean 2009*” di wilayah tersebut.

Metode penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Diantaranya dengan melakukan studi kepustakaan, observasi langsung di lapangan, serta melakukan wawancara mendalam. Wawancara mendalam dilakukan peneliti terhadap pihak-pihak yang dianggap memegang peran penting serta mempunyai informasi yang relevan untuk memperkaya penelitian ini. Untuk mengetahui mengenai pelaksanaan program *Jakarta Green & Clean*, peneliti melakukan wawancara dengan *Environment Program Manager* Unilever Peduli Foundation, *Project Officer*, serta *Project Officer* untuk wilayah Jakarta Barat. Sedangkan untuk proses dan tahapan pemberdayaan masyarakat beserta faktor-faktor pendukung dan penghambat kesuksesan program, data didapat melalui wawancara dengan para motivator program, fasilitator, ketua RW, kader, serta warga yang berpartisipasi di dalam program di daerahnya tersebut.

Hasil yang didapat dari penelitian ini menampilkan bahwa secara umum, program *Jakarta Green & Clean* telah berjalan dengan baik, karena untuk perusahaan multinasional seperti Unilever sudah seharusnya mempunyai program CSR yang bukan bersifat *charity* atau *philanthropy*. Program ini juga menimbulkan adanya perubahan pola hidup, pemberdayaan lingkungan, pengetahuan, sosial budaya dan ekonomi, walaupun perubahan yang terjadi tidak berlangsung dengan signifikan. Kemudian ditemukan pula bahwa tidak adanya *assessment* yang komprehensif mengenai sumber daya, kekuatan dan kelemahan wilayah tersebut, sehingga tidak dapat memberikan hasil yang optimal di wilayah tersebut. Partisipasi aktif dari para aktor yang terlibat di dalamnya juga menjadi pendukung utama kesuksesan program tersebut, selain ada juga peran dari fasilitator dan motivator program, serta adanya kunjungan dari para pejabat dan tamu yang datang ke wilayah tersebut. Namun masih terdapat pula warga yang tidak aktif ikut di dalam kegiatan ini karena merasa program tersebut monoton dan membosankan.

II.2 Kerangka Teori

II.2.1 Definisi CSR

CSR memiliki cukup banyak definisi, namun salah satu definisi yang banyak dikutip adalah definisi Archie B. Carroll dalam Prayogo (2008) yang mengungkapkan bahwa CSR adalah “... *the economic, legal, ethical, and philanthropic expectation placed on organizations by society at a given point in time.*” 4 poin aspek CSR menurut Carroll adalah ekonomi, hukum, etik, dan filantropi (*the four part CSR model*). Jadi, definisi ini menekankan tanggung jawab korporasi tidak hanya dalam hal ekonomi saja, namun juga etik dan filantropi. Namun, karena adanya berbagai penafsiran masyarakat, dalam prakteknya CSR ini hanya sebagai sebuah bentuk *charity* semata. Yakni hanya dalam bentuk kedermawanan secara sukarela, agar komunitas tidak menghambat jalannya proses produksi. Namun secara sosiologis, teori yang dapat mendefinisikan CSR secara baik adalah CSR dalam konsep *social contract*. Teori ini berawal dari konsep *social contract*, yakni bahwa kegiatan bisnis haruslah juga memenuhi kepentingan masyarakat. Apabila ada konsep CSR disini berarti kontrak disini adalah merupakan sebuah hasil kesepakatan antara korporasi dengan masyarakat dalam relasinya. Pokok pikiran yang dikembangkan oleh teori ini bernuansa adanya kesetaraan secara berkeadilan bahwa korporasi adalah setara dengan masyarakat. Sehingga secara sosiologis, konsep *social contract* ini lebih relevan digunakan sebagai landasan CSR.

II.2.1.1 Desain CSR

Di samping demikian banyaknya ragam model dan desain CSR, model berikut merupakan sebuah gagasan yang sebelumnya banyak digunakan dalam pembahasan perencanaan dan manajemen proyek (Goodman dan Love, 1980). Di dalam model ini secara struktural terdapat sejumlah elemen substansi yang terintegrasi dalam kesatuan desain, yakni 1) visi, 2) misi, 3) prinsip, 4) kebijakan, 5) program, 6) implementasi program, 7) organisasi dan budget, 8) strategi, dan 9) indikator umum keberhasilan. Untuk lebih detail uraian berikut menjelaskan masing-masing elemen dari desain CSR sebagaimana yang dituliskan di dalam *Socially Responsible Corporation* (Prayogo, 2011).

Visi

Visi CSR berhubungan dengan bagaimana korporasi ingin menjalankan bisnisnya secara ideal, terutama yang berkaitan dengan masyarakat umum. Visi

tersebut haruslah berkesinambungan dengan visi dari korporasinya. Dengan adanya berbagai isu masyarakat yang berkembang di sekitar korporasi, maka korporasi dapat mensertakan visinya dihubungkan dengan partisipasi mereka dalam perbaikan dan pembangunan masyarakat. Sehingga tanggung jawab yang dimiliki korporasi tidak lagi bernilai bisnis, namun juga mencakup tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Misi

Sedangkan misi merupakan sejumlah tugas yang akan ditunjukkan dengan adanya kegiatan CSR. Isi dari misi ini merupakan elaborasi atas visi yang telah dirancang sebelumnya, oleh karena itu misi berkaitan dengan cara bagaimana visi tersebut dapat terwujud secara konkret. Sehingga kelengkapan dan ketepatan perumusan dari misi sangat penting untuk dilakukan karena akan menjadi 'kiblat' dalam penentuan implementasi dan strategi dari CSR korporasi.

Prinsip

Prinsip CSR menjadi pedoman secara umum bagaimana tujuan, program, dan kegiatan diarahkan untuk mencapai perubahan sebagaimana diinginkan oleh korporasi. Tujuan yang terkandung di dalam prinsip merupakan tujuan umum sebagaimana dirumuskan dalam visi dan misi, sementara nilai kerja merupakan elaborasi dari strategi CSR. Dapat ditegaskan bahwa prinsip CSR merupakan penegasan komitmen kerja dalam mewujudkan gagasan inovatif bisnis sebuah korporasi.

Kebijakan

Kebijakan adalah landasan legal formal koporasi untuk bertindak atau untuk tindak bertindak melakukan satu kegiatan maupun merespon terhadap suatu kejadian. Oleh karena itu dengan adanya kebijakan CSR, maka kinerja CSR dilandasi oleh adanya kebijakan, bahwa segala implementasi yang dilakukan adalah kuat dasar legal formalnya secara organisasi. Pada kenyataannya, banyak kasus CSR di berbagai korporasi dimana CSR dipandang sebagai suatu bagian tambahan atau penunjang dari korporasi dan terdapat pula yang memandangnya sebagai bagian yang tidak memberikan keuntungan kepada korporasi, sehingga dinilai tidak produktif. Sehingga

memang dibutuhkan kebijakan yang tepat untuk menunjang kinerja dari CSR itu sendiri.

Strategi

Strategi adalah cara atau langkah utama yang dipilih dalam menuju tujuan yang ingin dicapai. Strategi disini memaparkan bagaimana korporasi akan mewujudkan visi dan misi tersebut dengan efektif dan efisien secara finansial. Strategi inilah yang dapat membuktikan kemampuan korporasi dalam melaksanakan program CSRnya, dimana di dalamnya ditunjukkan kompleksitas dari permasalahan dan tantangan yang dihadapi oleh korporasi. Jadi sifatnya haruslah praktis, bukan sesuatu yang ideal yang kemudian tidak dapat diaplikasikan oleh korporasi tersebut.

Program

Kemudian, setelah keseluruhan elemen sebelumnya sudah ditetapkan, maka bagian penting dan konkret dari desain CSR adalah program kegiatan CSR itu sendiri. Penetapan program ini mempertimbangkan banyak hal yang berkaitan dengan program, yaitu visi dan misi, tujuan, serta permasalahan yang dihadapi oleh korporasi dan para pemegang kepentingan, serta kemampuan organisasi dan anggaran korporasi serta karakteristik dan kondisi masyarakat sekitar secara umum. Dengan substansi utama CSR yang menerapkan pada adanya *justice, sustainability and equity*, maka perumusan program CSR dapat difokuskan sesuai dengan ketiga substansi tersebut.

Implementasi Program

Implementasi program merupakan langkah nyata dalam menerapkan program kegiatan yang telah ditetapkan oleh korporasi. Dalam bagian ini, lebih dijelaskan tentang bagaimana korporasi akan melakukan kegiatannya dalam mewujudkan visi dan misi yang sebelumnya telah dirancang. Di dalam tahap ini, implementasi prioritas sangat penting untuk diperhitungkan. Oleh karena itu ketepatan organisasi, anggaran, kebijakan, serta partisipasi dari manajemen atas dari korporasi akan sangat dibutuhkan untuk mewujudkan keberhasilan program. Dalam tahapan inilah dapat terlihat posisi CSR dalam korporasi, apakah hanya sebagai pelengkap atau memang bersifat ideal di dalam korporasi.

Organisasi dan Anggaran

Organisasi dan anggaran adalah struktur pendukung yang sangat menentukan bagaimana CSR akan diimplementasikan. Keduanya adalah bentuk keseriusan dari korporasi dalam melakukan praktik CSR. Berbagai korporasi menempatkan CSR di dalam manajemen korporasi yang berbeda-beda. Terdapat beberapa yang menemukannya di divisi komunikasi, namun terdapat pula yang berada di divisi sumber daya maupun divisi lain yang dianggap berkaitan. Kinerjanya pun melibatkan partisipasi dari berbagai sektor lain yang dianggap berhubungan dengan praktik tersebut, sehingga cakupannya cukup luas di dalam korporasi. Dalam melihat anggaran dari praktik CSR, maka produktivitas dari CSR memang tidak dapat dinilai secara finansial. Namun dikarenakan CSR dipandang sebagai tanggung jawab dari korporasi, maka penetapan besaran anggarannya pun harus dimasukkan ke dalam beban produksi, sebagai bagian atau persentase dari biaya produksi korporasi.

Indikator Keberhasilan

Keberhasilan utama dari CSR secara sosial adalah dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta meningkatkan legitimasi sosial di masyarakat secara bersamaan dan seimbang. Sedangkan secara bisnis, maka keberhasilan ini dinilai dengan melihat adanya peningkatan pencitraan korporasi secara sosial dan politis yang dapat memberikan dampak adanya penguatan harga nilai jual saham dari korporasi tersebut. Sehingga dalam mengukur keberhasilan ini, terdapat memang indikator yang berlaku global, namun diperlukan juga suatu indikator spesifik yang berlaku khusus untuk masing-masing implementasi pada cakupan tertentu dari CSR tersebut.

II. 2. 2 Evaluasi Program CSR

Konsep evaluasi merujuk kepada suatu kegiatan sebagai upaya menilai keseluruhan sejumlah hasil dari suatu kegiatan atau program pembangunan, yang dapat dilakukan di pertengahan maupun di akhir program. Tujuan utamanya adalah untuk menjamin bahwa program yang dilakukan berjalan sebagaimana perencanaan yang telah dibuat, serta sesuai dengan tujuan akhir yang ingin dicapai. Karenanya, variabel utama yang perlu dinilai dalam evaluasi mengacu pada variabel tujuan

program atau proyek, kemudian diukur seberapa jauh capaian program menurut indikator tujuan dimaksud.

Konsep evaluasi kemudian dibagi di dalam 3 (tiga) bentuk evaluasi, yaitu *formative evaluation*, *summative evaluation*, dan *empowerment evaluation*. Evaluasi formatif bertujuan untuk meningkatkan kinerja program yang dievaluasi dengan mempelajari pengalaman yang didapatkan. Biasanya evaluasi ini dilakukan di pertengahan program, sebagaimana yang telah dijelaskan, dimaksudkan untuk memastikan bahwa program berjalan sebagaimana direncanakan serta sesuai dengan jadwal yang direncanakan sehingga tujuan dapat tercapai tepat waktu. Sedangkan evaluasi sumatif adalah evaluasi pada akhir program untuk memastikan bahwa program yang dijalankan adalah berhasil atau gagal menurut ukuran tujuan program. Penilaian ini diperlukan untuk memastikan bahwa jika program yang sama diterapkan di tempat lain yang konteksnya relatif sama maka akan diperoleh tingkat keberhasilan yang sama pula. Jadi pada evaluasi ini penilaian dilakukan secara menyeluruh terhadap elemen perencanaan dan variabel tujuan yang hendak dicapai. Dan yang terakhir adalah evaluasi pemberdayaan, yaitu penilaian untuk melihat tingkat keberhasilan/program menurut ukuran “pemberdayaan”, seperti *capacity building*, kemampuan mengelola organisasi, peningkatan kesadaran pemanfaatan serta aspek lain terkait dengan konsep pemberdayaan untuk peningkatan kemandirian komunitas yang menjadi target program.

II. 2. 3 Struktur Sosial

Di dalam masyarakat mana pun, struktur sosial yang ada umumnya ditandai dua cirinya yang khas, yaitu:

1. Secara vertical, struktur sosial masyarakat ditandai oleh adanya perbedaan-perbedaan antarkelas sosial dan polarisasi sosial yang cukup tajam.
2. Secara horizontal, masyarakat ditandai oleh kenyataan adanya kesatuan-kesatuan sosial berdasarkan perbedaan suku bangsa, perbedaan suku bangsa, perbedaan agama, profesi, ras, adat serta perbedaan kedaerahan (Nasikun, 1984).

II. 2. 3. 1 Stratifikasi Sosial

Pitirim A. Sorokin mengemukakan bahwa sistem pelapisan dalam masyarakat itu merupakan ciri yang tetap dan umum dalam setiap masyarakat yang hidup dengan teratur. Mereka yang memiliki barang atau sesuatu yang berharga dalam jumlah yang banyak akan menduduki lapisan atas dan sebaliknya mereka yang memiliki dalam jumlah yang relatif sedikit atau bahkan tidak memiliki sama sekali akan dipandang mempunyai kedudukan yang rendah. Lebih lanjut dari Sorokin mengemukakan, stratifikasi sosial adalah pembedaan penduduk atau masyarakat ke dalam kelas-kelas secara bertingkat (*hierarkis*). Perwujudannya adalah adanya kelas-kelas tinggi dan kelas yang lebih rendah. Selanjutnya disebutkan bahwa dasar dan inti dari lapisan-lapisan dalam masyarakat adalah adanya ketidakseimbangan dalam pembagian hak dan kewajiban, kewajiban dan tanggung jawab nilai-nilai sosial dan pengaruhnya di antara anggota-anggota masyarakat.

Pada umumnya mereka yang menduduki lapisan atas tidak hanya memiliki satu macam saja dari sesuatu yang dihargai oleh masyarakat, akan tetapi kedudukannya bersifat kumulatif. Artinya mereka yang mempunyai uang banyak, misalnya, akan sudah mendapatkan tanah, kekuasaan, ilmu pengetahuan, bahkan mungkin kehormatan tertentu. Bentuk konkret lapisan-lapisan dalam masyarakat tersebut bermacam-macam. Namun pada prinsipnya bentuk-bentuk tersebut dapat diklasifikasikan ke dalam tiga macam kelas, yaitu:

1. Kelas yang didasarkan pada faktor ekonomis,
2. Kelas yang didasarkan pada faktor politis,
3. Kelas yang didasarkan pada jabatan-jabatan tertentu dalam masyarakat.

Ketiga bentuk tersebut biasanya saling berkaitan satu dengan lainnya. Misalnya, mereka yang termasuk lapisan tertentu atas dasar politis, biasanya menduduki lapisan tertentu pula dalam lapisan atas dasar ekonomis, dan biasanya mereka juga menduduki jabatan-jabatan tertentu dalam masyarakat. Oleh karena itu sebagaimana telah dijelaskan di atas bahwa system lapisan dalam masyarakat itu bersifat kumulatif—kendati tidak semua demikian—karena hal itu sangat bergantung pada system nilai yang berkembang dalam masyarakat.

II. 2. 3. 2 Diferensiasi Sosial

Diferensiasi sosial muncul karena pembagian kerja, perbedaan agama, ras, etnis, atau perbedaan jenis kelamin. Di dalamnya yang dipersoalka adalah bahwa masyarakat pada dasarnya bersifat pluralistic dan di dalam terdapat sejumlah perbedaan. Secara normatif di dalam diferensiasi sosial, memang hak dan kewajiban antara kelompok yang satu dengan yang lain relative sama di mata hukum. Tetapi, bagaimanapun harus diakui bahwa di dalam kenyataan yang terjadi diferensiasi sosial umumnya selalu timpang tindih dengan stratifikasi sosial.

Masyarakat manusia pada dasarnya dibedakan atau terdiferensiasi menurut berbagai kriteria, seperti ciri fisiologis dan ciri kebudayaan. Beberapa wujud diferensiasi sosial yang menonjol adalah atas dasar:

1. Ras;
2. Etnik;
3. Agama; dan
4. Jenis kelamin.

II.3 Konseptualisasi

II.3.1 Evaluasi Program

Perbedaan bentuk-bentuk evaluasi—sumatif, formatif, pemberdayaan—tentunya turut ditentukan oleh bagaimana pendekatan program CSR yang digunakan, dikarenakan perbedaan pendekatan program dikendalikan oleh ideology, kepentingan serta tujuan yang hendak dicapai, maka evaluasi atas keberhasilan program harus merujuk pada aspek tersebut. Secara structural, evaluasi terhadap keberhasilan program secara keseluruhan dapat dipilah dalam tingkatan prosesnya, yakni dari tujuan langsung dan nyata hingga ke tingkat yang lebih tidak langsung yaitu dampak. Dengan kerangka ini dapat dievaluasi keadaan mulai dari tingkat *intended objectives* hingga ke tingkat *development objectives*. Pada tingkat capaian (*intended*), evaluasi dapat dilakukan terhadap *output* atau keluaran program secara langsung, apakah keluaran sesuai dengan yang direncanakan atau tidak. Pada tingkat langsung (*immediate*) maka evaluasi dapat dilakukan terhadap *direct change* atau perubahan yang secara langsung dan nyata teridentifikasi, yang biasa disebut *outcome*. Pada tingkat *effects*, evaluasi difokuskan pada bentuk perubahan lebih lanjut dari *outcomes*, adakah dan seberapa besar program berpengaruh terhadap aspek atau keadaan yang

lain. Akhirnya, secara keseluruhan evaluasi dapat dilihat dari *impacts*, yaitu dampak keseluruhan program terhadap keadaan masyarakat yang hendak dibangun. Dengan penilaian bertingkat inilah tingkat keberhasilan keseluruhan program dapat dilihat. Indikator dari masing-masing *outputs*, *outcomes*, *effects*, dan *impacts*, harus dibangun oleh pihak yang mengevaluasi harus dengan bebas nilai agar ia memahami betul “jiwa” dari perencanaan program yang dimaksud. Pada evaluasi ini terdapat kemungkinan adanya *hidden agenda* sebenarnya dari program yang tidak dapat terungkap dalam evaluasi.

Dalam melakukan evaluasi program, Dale (2004) menyebutkan terdapat pula sejumlah kategori analisis dalam melihat keberhasilan dari program tersebut, yaitu relevansi, efektifitas, dampak, efisiensi, keberlanjutan, dan replikabilitas.

- *Relevansi* menekankan pada apakah program tersebut tertuju pada masalah yang menjadi prioritas dari target program tersebut, yaitu kepada para pemegang kepentingan yang aktual maupun potensial.
- *Efektifitas* menunjukkan pada apakah output yang direncanakan, perubahan yang diharapkan, serta *effects* dan dampak yang ingin dicapai telah terhasikan atau tercapai.
- *Dampak* merupakan konsekuensi keseluruhan dari program atau proyek kepada pemegang keuntungan serta pihak lain.
- *Efisiensi* merupakan hubungan antara jumlah antara output yang telah dihasilkan dengan sumber daya (modal dan usaha) yang diinvestasikan.
- *Keberlanjutan* merujuk kepada kemampuan program tersebut untuk tetap berjalan ketika sumber daya yang diinvestasikan oleh penyelenggara program sudah dihapuskan.
- *Replikabilitas* merupakan kemungkinan keberhasilan program yang sama untuk diimplementasikan ke dalam konteks yang berbeda.

II.3.2 Struktur Sosial Budaya

II.3.2.1 Stratifikasi Sosial

Inti dari stratifikasi sosial adalah perbedaan akses golongan satu dengan golongan masyarakat lain dalam memanfaatkan sumber daya. Jadi, dalam stratifikasi sosial, tingkat kekuasaan,, hak istimewa dan prestise individu tergantung pada

keanggotaannya dalam kelompok sosial, bukan pada karakteristik personalnya. Secara rinci, Narwoko menyebutkan ada tiga aspek yang merupakan karakteristik stratifikasi sosial, yaitu:

1. Perbedaan dalam kemampuan atau kesanggupan. Anggota masyarakat yang menduduki strata tinggi tentu memiliki kesanggupan dan kemampuan yang lebih besar dibandingkan anggota masyarakat yang di bawahnya.
2. Perbedaan dalam gaya hidup (*lifestyle*).
3. Perbedaan dalam hal hak dan akses dalam memanfaatkan sumber daya.

Adanya polarisasi sosial atas stratifikasi sosial di dalam suatu masyarakat kemudian membuat stratifikasi sering kali dipergunakan secara bergantian dengan kelas sosial walaupun pada dasarnya merupakan dua hal yang berbeda. Kelas sosial sebenarnya lebih sempit cakupannya dari stratifikasi sosial karena lebih merujuk pada satu lapisan atau satu strata tertentu dalam stratifikasi sosial. Kelas sosial, dengan demikian cenderung diartikan sebagai kelompok yang anggota-anggotanya memiliki orientasi politik, nilai budaya, sikap, dan perilaku sosial yang secara umum sama.

Secara sederhana, perbedaan kelas sosial bisa terjadi dan dilihat dari perbedaan besar penghasilan rata-rata seseorang setiap hari atau setiap bulannya. Namun Horton dan Hunt (1984) bahwa terbentuknya kelas sosial di dalam suatu masyarakat sesungguhnya tidak hanya berkaitan dengan uang. Lebih penting dari itu, para anggota suatu strata sosial memiliki sikap, nilai-nilai, dan gaya hidup yang sama. Ada kecenderungan dimana lapisan masyarakat miskin umumnya lebih menaruh diri dari tata karma umum, mereka mengembangkan subkultur tersendiri yang kerap berlawanan dengan subkultur kelas sosial di atasnya. Secara rinci, faktor-faktor yang menjadi determinan stratifikasi sosial semakin lama semakin bersifat kompleks dan tidak lagi bersifat *given*. Secara umum, determinan yang menurut para ahli banyak berpengaruh dalam pembentukan stratifikasi sosial di masyarakat yang makin modern adalah dimensi ekonomi, sosial, dan politik. Seperti yang dikatakan Jeffris dan Ransford (1980), di dalam masyarakat pada dasarnya bisa dibedakan tiga macam stratifikasi sosial, yaitu:

1. Hierarki kelas, yang didasarkan pada penguasaan atas barang dan jasa;
2. Hierarki kekuasaan, yang didasarkan pada kekuasaan; dan

3. Hierarki status, yang didasarkan atas pembagian kehormatan dan status sosial.

Dalam teori sosiologi, unsur-unsur sistem stratifikasi sosial dalam masyarakat adalah kedudukan (*status*) dan peran (*role*). Status menunjukkan tempat atau posisi seseorang di dalam suatu kelompok sosial, sehubungan dengan orang lain dalam kelompok tersebut, atau suatu kelompok dengan kelompok-kelompok lain di dalam satu cakupan yang lebih besar lagi. Sedangkan *social status* adalah tempat seseorang secara umum dalam masyarakat sehubungan dengan orang lain, dalam arti lingkungan pergaulannya, prestise-nya, hak-hak, dan kewajiban-kewajibannya. Oleh karena itu, seseorang dapat pula mempunyai beberapa kedudukan sekaligus. Untuk mengukur status seseorang, menurut Pitirim Sorokin secara rinci dapat dilihat dari:

1. Jabatan atau pekerjaan;
2. Pendidikan dan luasnya ilmu pengetahuan;
3. Kekayaan;
4. Politis;
5. Keturunan; dan
6. Agama.

Dalam masyarakat sering kali kedudukan dibedakan menjadi 3 (tiga) macam, yaitu:

1. *Ascribed-status*. Status ini diartikan sebagai kedudukan seseorang dalam masyarakat tanpa memerhatikan perbedaan seseorang karena diperoleh karena kelahiran. Kebanyakan *ascribed status* dijumpai pada masyarakat dengan sistem stratifikasi sosial yang tertutup, seperti stratifikasi berdasarkan perbedaan ras. Namun pada masyarakat dengan stratifikasi terbuka juga terdapat adanya *ascribed status* seperti pada perbedaan gender.
2. *Achieved-status*. Status ini didapatkan atas pencapaian seseorang dengan usaha-usaha yang sengaja dilakukan. Status ini terbuka kepada siapa saja atas kemampuannya masing-masing dalam mengejar dan mencapai tujuannya.
3. *Assigned-status*. Status ini didapatkan atas pemberian yang diterima, artinya suatu kelompok atau golongan memberikan kedudukannya yang lebih tinggi kepada seseorang karena telah berjasa kepada masyarakat.

Kedudukan seseorang dalam masyarakat sebenarnya dapat dilihat melalui kehidupan sehari-harinya yang merupakan ciri-ciri tertentu, atau yang disebut sebagai simbol. Hal ini dapat terjadi karena ciri-ciri tersebut telah menjadi bagian dari hidup mereka, dan sering kali telah terinternalisasikan atau bahkan terinternalisasi.

Peran (*role*) menunjukkan aspek dinamis dari status, merupakan suatu tingkah laku yang diharapkan dari seorang individu tertentu yang menduduki status tertentu yang berhubungan dengan adanya hak-hak dan kewajiban dari status yang dimiliki seseorang. Hal tersebut berarti pula bahwa peran tersebut menentukan apa yang diperbuatnya bagi masyarakat kepadanya. Peran yang melekat pada diri seseorang harus dibedakan dengan posisi atau tempatnya dalam pergaulan kemasyarakatan, posisi ini (*social-position*) merupakan unsur statis yang menunjuk tempat individu dalam organisasi masyarakat. Sedangkan peran lebih banyak menunjuk pada fungsi, artinya seseorang menduduki suatu posisi tertentu dalam masyarakat dan menjalankan suatu peran yang setidaknya mencakup 3 hal, yaitu:

1. Peran meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat;
2. Peran adalah suatu konsep ikhwal apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat; dan
3. Peran dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.

Peranan dapat membimbing seseorang dalam berperilaku, karena fungsi peran sendiri sebagai:

1. Memberi arah pada proses sosialisasi;
2. Pewarisan tradisi, kepercayaan, nilai-nilai, norma-norma, dan pengetahuan;
3. Dapat mempersatukan kelompok atau masyarakat; dan
4. Menghidupkan sistem pengendali dan kontrol, sehingga dapat melestarikan kehidupan masyarakat.

II.3.2.2 Diferensiasi Sosial

Harus diakui bahwa di dalam kenyataan yang terjadi, diferensiasi sosial umumnya selalu tumpang-tindih dengan stratifikasi sosial. Hubungan antarkelompok

dalam diferensiasi sosial—entah itu atas dasar perbedaan profesi, ras, etnis, agama, atau jenis kelamin—selalu tidak pernah netral dari dimensi-dimensi stratifikasi sosial. Hak dan kewajiban seorang buruh dan majikan, misalnya, di mata hukum secara normatif sama. Tetapi, karena antara keduanya dari segi kekuasaan dan ekonomi jauh berbeda, maka pola hubungannya pun menjadi tidak seimbang. Seperti telah dijelaskan, beberapa wujud diferensiasi sosial yang menonjol di dalam masyarakat terbentuk atas dasar ras, etnik, agama, dan jenis kelamin.

Perbedaan Ras

Menurut Horton dan Hunt (1987), ras adalah suatu kelompok manusia yang agak berbeda dengan kelompok-kelompok lainnya dalam segi ciri-ciri fisik bawaan, dalam banyak hal juga ditentukan oleh pengertian yang digunakan oleh masyarakat. Jadi perbedaan masyarakat atas dasar ras ini didasarkan atas perbedaan ciri fisik maupun sosial (Banton, 1967). Namun seiring dengan perubahan sosial yang terjadi, perbedaan masyarakat ras akhirnya makin lama makin kompleks karena masyarakat manusia semakin terbuka, baik secara budaya, sosial, maupun secara geografis.

Perbedaan Etnik

Konsep etnik atau suku bangsa didasarkan pada persamaan kebudayaan. Menurut Koentjaraningrat (1983), konsep yang tercakup dalam istilah suku bangsa adalah suatu golongan manusia yang terikat oleh kesadaran dan identitas akan kesatuan kebudayaan, dan kesadaran dan identitas tadi sering kali dikuatkan oleh kesatuan atau persamaan bahasa. Para ahli sosiologi menggunakan istilah kelompok etnik untuk menyebutkan setiap bentuk kelompok yang secara sosial dianggap berada dan telah mengembangkan subkultur sendiri. Istilah etnik dengan demikian bukan hanya menyangkut kelompok-kelompok ras, melainkan juga menyangkut kelompok-kelompok ras, melainkan juga menyangkut kelompok-kelompok lain yang memiliki asal-muasal yang sama, dan mempunyai kaitan dengan yang lain dalam segi agama, bahasa, kebangsaan, asal daerah atau gabungan antara faktor yang satu dengan faktor yang lainnya.

Perbedaan Agama

Menurut Emile Durkheim, agama adalah suatu sistem terpadu yang terdiri atas kepercayaan dan praktik yang berhubungan dengan hal-hal yang suci, dan bahwa

kepercayaan dan praktik tersebut mempersatukan semua orang yang beriman ke dalam suatu komunitas moral yang disebut umat (Sunarto, 1993). Perbedaan agama di satu sisi memang rawan karena bisa menjadi benih perpecahan. Tetapi, sepanjang masing-masing umat mau saling mengembangkan sikap toleransi maka kestabilan akan tetap terjaga dengan baik di dalam masyarakat.

Perbedaan Jenis Kelamin

Dalam masyarakat primitive maupun tradisional, perbedaan jenis kelamin merefleksikan perbedaan hak dan kewajiban dimana kedudukan kaum perempuan dalam banyak hal sering kali ditempatkan lebih rendah daripada kaum laki-laki. Namun dengan meningkatnya gerakan emansipasi dan partisipasi perempuan dalam sektor publik, penguatan tuntutan agar perempuan dan laki-laki ditempatkan dalam kedudukan yang sejajar. Meningkatnya partisipasi perempuan dalam sektor pekerjaan akhirnya membuat kelompok perempuan menjadi sumber daya manusia yang tidak kalah penting dibanding perempuan yang dapat memberikan sumbangan yang besar bagi kelangsungan ekonomi rumah tangga. Hal ini kemudian menyebabkan meningkatnya peran istri di dalam pengambilan keputusan di dalam rumah tangga.

II.4 Operasionalisasi Konsep

II.4.1 Variabel Keberhasilan Program

Tabel 2.1
Operasionalisasi Konsep Variabel Evaluasi

Konsep	Variabel	Dimensi	Indikator	Kategori	Skala
<i>Variabel Evaluasi</i>	Relevansi	• Kesesuaian Program	• Program sesuai dengan masalah yang dihadapi oleh pemanfaat di dalam kehidupan pertaniannya sehari-hari.	1. Sangat Sesuai 2. Sesuai 3. Kurang Sesuai 4. Tidak Sesuai	• Ordinal
	Efektifitas	• Petani Kedelai Hitam	• Peningkatan jumlah petani kedelai hitam.	1. Sangat Tinggi 2. Tinggi 3. Rendah 4. Sangat Rendah	• Ordinal
		• Produktivitas	• Peningkatan produktivitas	1. Sangat Tinggi	• Ordinal

			hasil benih kedelai hitam.	2. Tinggi 3. Rendah 4. Sangat Rendah	
		• Kualitas Benih	• Jumlah hasil benih kedelai hitam yang memenuhi kualitas.	1. Sangat Tinggi 2. Tinggi 3. Rendah 4. Sangat Rendah	• Ordinal
		• Penghasilan Petani Kedelai Hitam	• Peningkatan penghasilan petani kedelai hitam.	1. Sangat Tinggi 2. Tinggi 3. Rendah 4. Sangat Rendah	• Ordinal
	<i>Impact</i>	• Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Petani Kedelai Hitam	• Peningkatan kesejahteraan Keluarga Petani Kedelai Hitam	1. Sangat Tinggi 2. Tinggi 3. Rendah 4. Sangat Rendah	• Ordinal
	Efisiensi		• Jumlah orang yang dipekerjakan di dalam program. • Jumlah pinjaman yang diberikan kepada setiap petani.	1. Sangat Tinggi 2. Tinggi 3. Rendah 4. Sangat Rendah	• Ordinal
	Sustainability		• Kemampuan program untuk terus berjalan apabila biaya program terus diturunkan. • Kemampuan model program untuk menghasilkan loyalitas petani.	1. Sangat Tinggi 2. Tinggi 3. Rendah 4. Sangat Rendah	• Ordinal
	Replicability		• Kemungkinan keberhasilan mereplikasi model program yang serupa di daerah yang berbeda.	1. Sangat Tinggi 2. Tinggi 3. Rendah 4. Sangat Rendah	• Ordinal

BAB III

METODOLOGI

III.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian atau strategi yang dipilih oleh peneliti untuk mengamati, mengumpulkan serta menyajikan analisis hasil penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif karena data dalam penelitian ini merupakan data yang dapat diukur dan diolah secara statistik (Neuman, 2006:14). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu dengan logika deduktif yang dimulai dengan menetapkan teori besar kemudian diturunkan ke level empiris atau realita yang dijumpai oleh metodologi. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang berlandaskan pada paradigma positivis serta memiliki sifat lebih terikat kepada suatu teori¹. Peneliti memilih pendekatan kuantitatif untuk penelitian ini karena membutuhkan dasar teori yang kuat untuk mengukur hubungan antara variabel. Selain itu peneliti juga ingin menguji teori-teori yang sudah ada terkait dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu survey, *survey research* sangat berguna untuk mempelajari beberapa permasalahan, salah satu contoh pemakaian terbaiknya adalah untuk mengumpulkan atau mengetahui opini publik². Dengan menggunakan survey dalam penelitian ini peneliti dapat mengetahui opini publik tentang variabel apa yang paling mempengaruhi mereka dalam menentukan pilihan pekerjaan. Survei sangat cocok digunakan untuk mencari jawaban untuk pertanyaan penelitian mengenai kepercayaan atau tingkah laku sebuah populasi. Survei juga sangat berguna ketika jawaban yang didapatkan dari para responden digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan, menguji beberapa hipotesis, dan membuat dugaan sementara dari jawaban-jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan melalui instrumen yang diberikan mengenai tingkah laku, pengalaman, atau karakteristik mereka.³ Alasan lain digunakannya survey ini adalah untuk menghemat biaya, waktu dan tenaga serta untuk mendapatkan

¹ Neuman, W. Lawrence. (2006). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* – 5th ed. MA: Allyn and Bacon.

² Donald P warwick and C.A lininger. (1975). *The Sample Survey*. McGraw-Hill Companies

³ Neuman, W. Lawrence. (2006). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* – 5th ed. MA: Allyn and Bacon, hal. 267.

data yang banyak sehingga menambah keakuratan dan dapat melihat karakteristik atau ciri-ciri dari populasi yang ditarik ke dalam sampel sehingga nantinya dapat dilakukan generalisasi.⁴

III.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian dikategorikan menjadi 4 (empat) dimensi (Neuman, 2004). Neuman menjelaskan keempat dimensi dalam penelitian tersebut, yaitu dimensi manfaat, dimensi tujuan, dimensi waktu, dan dimensi teknik pengumpulan data.

III.2.1 Berdasarkan Manfaat

Penelitian ini berdasarkan manfaatnya digolongkan sebagai penelitian murni (*basic research*) karena sifatnya adalah untuk mengembangkan pengetahuan dengan menambah ilmu-ilmu baru ke dalam ilmu sosiologi. Dalam penelitian murni ini, dicoba dijelaskan pengetahuan mendasar yang ada di dunia sosial yang kemudian akan didukung dengan teori yang menjelaskan mengenai bagaimana hal tersebut terjadi dan apa yang menyebabkan hal tersebut terjadi.

III.2.2 Berdasarkan Tujuan

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu merupakan bentuk penelitian yang menggambarkan dan mempelajari suatu situasi atau kejadian. Whitney (1960) berpendapat, metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.

III.2.3 Berdasarkan Waktu

Penelitian ini bersifat *cross-sectional* berdasarkan waktu penelitiannya karena penelitian ini hanya meneliti satu bagian dari satu populasi dalam satu waktu tertentu saja (*snapshot*). Peneliti tidak melihat bagaimana evaluasi program CSR serta pengaruh struktur sosial budaya terhadap keberhasilan dari waktu ke waktu. Peneliti melihat dan mengamati bagaimana hasil implementasi program CSR yang telah

⁴ *Op.cit.* W. Lawrence Neuman. hal. 210.

dilakukan serta bagaimana pengaruh struktur sosial budaya dapat menunjang keberhasilan program di Kecamatan Gondang, Kabupaten Nganjuk, dimana penelitian ini dilakukan dalam waktu sekitar dua minggu.

III.2.4 Berdasarkan Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan teknik pengumpulan datanya, penelitian ini dapat digolongkan sebagai penelitian yang menggunakan teknik pengumpulan data kuantitatif dengan menggunakan metode survey, yaitu dengan menentukan sejumlah responden dan mengumpulkan data melalui kuesioner. Kuesioner diberikan kepada sejumlah responden yang telah ditentukan tersebut berisikan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan pertanyaan penelitian, kemudian data yang telah didapat akan dilakukan pengolahan statistik yang disajikan dalam bentuk table atau diagram. Hasil pengolahan data kemudian akan ditarik kesimpulan berdasarkan jawaban-jawaban responden tersebut.

Untuk mendukung data kuantitatif tersebut, metode wawancara mendalam tidak terstruktur dilakukan dengan informan-informan yang berhubungan dengan program CSR. Dari sisi perusahaan dilakukan dengan Yayasan Unilever Indonesia sebagai Divisi *Corporate Social Responsibility* dari PT Unilever Indonesia yang melakukan program CSR-nya kepada petani Kecamatan Gondang, Kabupaten Nganjuk. Dari sisi pemanfaat program, diwakili dengan melakukan wawancara dengan wakil pemerintah lokal (pihak kecamatan), pihak koperasi, serta pihak petani kedelai hitam maupun yang bukan petani kedelai hitam. Wawancara juga dilakukan dengan Asisten Lapangan sebagai implementator langsung di lapangan sebagai pihak yang dipekerjakan oleh korporasi untuk berhubungan langsung dengan para pemanfaat program. wawancara tersebut dimanfaatkan untuk mendukung data-data kuantitatif yang diperoleh.

Terakhir, juga dikumpulkan beberapa dokumen-dokumen terkait yang mendukung informasi di dalam penelitian ini. Data sekunder didapatkan melalui korporasi PT Unilever Indonesia sendiri, pihak pemerintahan (kelurahan dan kabupaten), pihak koperasi, serta pihak Asisten Lapangan. Data tersebut digunakan untuk memperkaya data-data yang telah ada. Hal tersebut juga bermanfaat untuk validitas dan reliabilitas penelitian yang dilakukan. Dengan demikian data-data

sekunder dapat melengkapi dan memperkuat temuan lapangan yang terdapat di dalam penelitian ini.

III.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan unsur-unsur yang akan diteliti⁵, atau secara lebih khusus, sejumlah keseluruhan unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga atau seringkali diidentifikasi sebagai kumpulan unsur yang menjadi objek penelitian⁶. Populasi target merupakan populasi yang telah ditentukan sesuai dengan permasalahan penelitian dan hasil penelitian dari populasi tersebut agar dapat dibuat kesimpulan⁷. Dalam populasi juga terdapat sampel yaitu himpunan bagian dari populasi. Sampel dianggap sebagai wakil yang representatif dari keseluruhan populasi sehingga nantinya kondisi sampel akan digunakan untuk memprediksi dan membuat generalisasi dan kondisi populasi. Sampel diperlukan dalam suatu penelitian karena peneliti tidak dimungkinkan untuk meneliti keseluruhan populasi, menurut Neuman hal tersebut disebabkan oleh keterbatasan – keterbatasan dalam penelitian antara lain waktu, biaya dan tenaga.

Dengan adanya keterbatasan-keterbatasan waktu, biaya dan tenaga dalam penelitian maka sampel yang akan diteliti dari populasi penelitian memiliki karakteristik yang sama pula dengan populasinya. Kesimpulan yang diperoleh dari sampel kemudian akan digeneralisasikan terhadap populasi. Sebelum menarik sampel dari populasi, peneliti merumuskan suatu definisi populasi dahulu dengan baik, maka seorang peneliti harus mengetahui lebih awal sejauh mana ia akan melakukan generalisasi. Sehingga dibutuhkan 2 hal yang sangat terkait ketika seorang peneliti mencoba merumuskan populasi, yaitu unit analisa dan unit observasi. Unit analisis adalah satuan yang akan diteliti, bisa berupa individu, kelompok organisasi, kata-kata, simbol dan masyarakat atau negara⁸. Sedangkan yang dimaksud dengan unit observasi

⁵ Wim Van Zanten. (1994). *Statistika Untuk Ilmu-ilmu Sosial*, Jakarta: Gramedia. hlm 2

⁶ Masri Singarimbun. (1982). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta. LP3ES. Hlm 18

⁷ Neuman, W. Lawrence. (2006). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches – 5th ed.* MA: Allyn and Bacon

⁸ Babbie, Earl. (1998) *The Practice of Social Research 10th Edition*, USA: Thomson Learning, hlm 201

adalah satuan dari mana data diperoleh, dapat berupa individu, kelompok, pasangan, dokumen, dan lain-lain.⁹

Dengan demikian dalam penelitian ini, unit analisis terletak pada tingkat individu sedangkan unit observasinya adalah seluruh petani kedelai hitam, baik yang berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan di Kabupaten Nganjuk, Provinsi Jawa Timur. Setelah unit observasi dan unit analisis telah diketahui, maka dapat dirumuskan populasi dalam penelitian ini yaitu:

Isi	Seluruh petani kacang kedelai hitam berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan di Kabupaten Nganjuk, Provinsi Jawa Timur
Cakupan	Kabupaten Nganjuk, Provinsi Jawa Timur
Waktu	15 April 2012 sampai dengan 25 April 2012

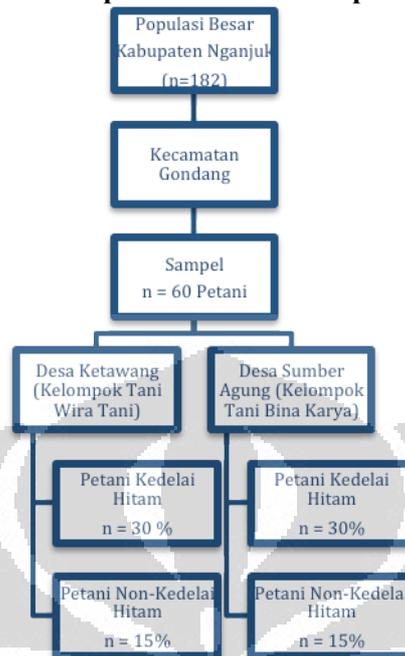
⁹ *Babbie*, Earl. (1998) *The Practice of Social Research* 10th Edition, USA:Thomson Learning, hlm 202

III.4 Teknik Penarikan Sampel

Terdapat dua teknik penarikan sampel, yaitu teknik penarikan sampel probabilita dan non-probabilita. Teknik penarikan sampel probabilita artinya teknik penarikan sampel yang berprinsip bahwa setiap elemen populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Sedangkan teknik penarikan sampel non-probabilita sebaliknya, bahwa tidak semua populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Pada penelitian ini, yaitu evaluasi program CSR, peneliti menggunakan penarikan sampel probabilita (*probability sampling*). Pada tahap pertama, teknik penarik sampel yang digunakan adalah teknik penarikan sampel bertahap. Populasi dibagi menjadi beberapa lapisan dan kemudian dipilih sebagai lapisan yang populasinya akan dijadikan sampel. Lapisan kemudian dibagi lagi ke dalam beberapa kelompok yang sudah ada, dan dipilih kembali kelompoknya. Kemudian pada tahap akhir sampel diambil berdasarkan teknik penarikan sampel acak sederhana (*simple random sampling*). Tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mencari data ke pihak Asisten Lapangan mengenai keseluruhan populasi petani kedelai hitam di Kabupaten Nganjuk.
2. Menentukan kecamatan mana saja yang terdapat petani kedelai hitam di dalamnya.
3. Menentukan 1 (satu) kecamatan yang mempunyai populasi petani kedelai hitam paling banyak dibanding kecamatan lain.
4. Membagi populasi berdasarkan kelompok tani yang sudah ada.
5. Menentukan sampel berdasarkan teknik pengambilan sampel acak sederhana (*simple random sampling*).

Bagan 3.1
Tahapan Penarikan Sampel



III.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik peneliti untuk mencari dan mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan topik penelitian yang dipilih oleh peneliti. Pendekatan kuantitatif mementingkan adanya variabel-variabel sebagai obyek penelitian dan variabel-variabel tersebut harus didefinisikan dalam bentuk operasionalisasi variabel masing-masing. Reliabilitas dan validitas merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi dalam menggunakan pendekatan ini karena kedua elemen tersebut akan menentukan kualitas hasil penelitian dan kemampuan replikasi serta generalisasi penggunaan model penelitian sejenis. Selanjutnya, penelitian kuantitatif memerlukan adanya hipotesa dan pengujiannya yang kemudian akan menentukan tahapan-tahapan berikutnya, seperti penentuan teknik analisa dan formula statistik yang akan digunakan. Pendekatan ini lebih memberikan makna dalam hubungannya dengan penafsiran angka statistik bukan makna secara kebahasaan dan kulturalnya.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini, teknik yang dipakai akan berbentuk observasi terstruktur dan survei dengan menggunakan kuesioner. Peneliti juga akan melakukan interview, dimana akan diberlakukan interview terstruktur untuk mendapatkan seperangkat data yang dibutuhkan. Teknik mengacu pada tujuan penelitian dan jenis data yang diperlukan. Pada penelitian ini, peneliti akan

mengumpulkan data dengan melakukan wawancara dan survei dengan pihak-pihak yang terlibat di dalam program pemberdayaan petani Yayasan Unilever Indonesia, yaitu dari pihak YUI sendiri, pihak LSM, aparat pemerintahan setempat, UGM, serta para petani peserta program pemberdayaan petani itu sendiri. Selain wawancara mendalam, peneliti melakukan observasi. Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi adalah ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, dan waktu. Dengan melakukan observasi diharapkan peneliti akan mendapatkan informasi yang mendukung dalam penelitian ini.

Selain melakukan wawancara dan survey dan observasi, peneliti juga melakukan pengumpulan data sekunder dengan cara melakukan studi literature. Studi literatur merupakan teknik pengumpulan data melalui sumber-sumber tertulis yang tidak langsung ditujukan kepada peneliti. Teknik ini dilakukan dengan penelusuran melalui bahan-bahan literatur di perpustakaan, baik berupa buku maupun laporan hasil penelitian dengan tema yang terkait.

Sehingga dapat disimpulkan, dalam penelitian ini data yang dikumpulkan yaitu berupa:

- 1) Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan oleh peneliti ketika melakukan wawancara langsung dengan responden dan menggunakan panduan pertanyaan yang telah disusun dalam kuesioner. Data primer merupakan data utama yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan wawancara langsung kepada para pemuda yang menjadi sample dalam penelitian ini dengan pertanyaan yang telah disusun dalam kuisoner dengan tujuan untuk mendapatkan data dan informasi yang lebih mendetail mengenai tema penelitian yang diangkat.

- 2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah diolah oleh pihak lain yang digunakan oleh peneliti sebagai pedoman atau gambaran umum bagi penelitiannya. Data sekunder ini dapat berbentuk artikel, studi literatur, buku-buku, jurnal, data penelitian dari lembaga penelitian, monografi desa dan

sebagainya.

III.6 Teknik Analisis Data

Analisa data di dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pencapaian suatu kegiatan yang dilakukan di suatu daerah menggunakan beberapa indikator yang sudah ditentukan. Analisa data dilakukan pula secara kualitatif untuk memperkaya hasil analisa penelitian.

III.7 Proses Penelitian

Proses penelitian merupakan salah satu yang terpenting di dalam penelitian ini. Pengambilan keputusan untuk mengangkat topik *corporate social responsibility* di dalam penelitian ini bermula ketika peneliti melihat bahwa adanya *trend* baru di dalam dunia bisnis dimana perusahaan-perusahaan di dunia mulai berlomba-lomba untuk menunjukkan bahwa perusahaannya tidak sekedar perusahaan yang mengejar keuntungan, namun juga dapat berkontribusi di dalam menyelesaikan berbagai isu di dalam masyarakat, mulai dari isu sosial, kesehatan, sampai kepada isu lingkungan. Bentuk programnya masing-masing pun kemudian sangat beragam, terdapat perusahaan yang merancang program CSR-nya sedemikian rupa, dan terdapat pula perusahaan yang mempunyai bentuk CSR yang bisa dikatakan sangat 'seadanya', karena hanya ingin mengurangi tekanan dari pihak dalam maupun luar yang dapat menghambat kinerja perusahaan tersebut. Keberlanjutan program CSR perusahaan-perusahaan ini pun terlihat perbedaannya oleh peneliti setelah sebelumnya melakukan penelitian kecil tentang satu perusahaan dan kemudian melihat hasil penelitian lain yang serupa dengan kasus yang berbeda di masing-masing penelitian.

Kemudian peneliti mencoba untuk kerja paruh waktu (magang) di perusahaan yang pernah menjadi studi kasus penelitiannya mengenai CSR, yaitu PT Unilever Indonesia. Peneliti memilih PT Unilever Indonesia (ULI) karena ULI dipandang sebagai salah satu perusahaan multinasional terbesar di Indonesia yang telah melakukan kegiatan CSR jauh sebelum CSR merupakan *trend* di Indonesia. ULI telah melakukan kegiatan CSR sejak tahun 2000 dan telah menjadikan CSR sebagai satu divisi tersendiri di dalam struktur organisasi perusahaannya. Oleh karena itu peneliti menganggap bahwa ULI merupakan salah satu perusahaan yang telah merancang programnya dengan sangat baik. Namun peneliti melihat bahwa ULI masih minim

dalam melakukan evaluasi secara sosial dalam program-programnya sehingga peneliti tertarik untuk melakukan studi evaluasi di salah satu wilayah cakupan program ULI saat ini.

Saat melakukan magang di ULI, peneliti ditempatkan di dalam salah satu pilar CSR ULI, yaitu pada divisi *Partnership for Sustainable Agriculture*, yang kemudian menjadi subjek evaluasi dari penelitian ini. Sembari melakukan kegiatan magang, peneliti kemudian mulai merancang dan menentukan konsep, metode, dan pembuatan instrument untuk menunjang penelitian yang akan dilakukan. Peneliti juga mulai membangun hubungan baik dengan pihak-pihak yang terkait dengan studi evaluasi tersebut.

Setelah masa magang berakhir kemudian menentukan daerah sebagai cakupan wilayah dari evaluasi ini. Kabupaten Nganjuk dipilih sebagai tempat studi evaluasi dengan alasan bahwa Nganjuk merupakan wilayah dengan tingkat keberhasilan yang paling tinggi dibanding wilayah lain yang menjadi daerah implementasi program, berdasarkan tingkat produktivitasnya sebagai indikator keberhasilan program dari sudut pandang ULI sebagai implementator. Setelah menyelesaikan segala kelengkapan untuk turun lapangan, peneliti kemudian melakukan studi lapangan di Kabupaten Nganjuk selama 10 hari di 2 (dua) kecamatan yang berbeda. Kemudian setelah selesai mengumpulkan data, peneliti kembali ke Jakarta untuk melakukan proses pengolahan data, analisis data penelitian, sampai dengan penulisan hingga penelitian ini dapat diselesaikan.

III.8 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, tidak terlepas dari keterbatasan-keterbatasan yang didasari oleh peneliti. Keterbatasan tersebut antara lain adalah:

Pertama, keterbatasan metodologis, yaitu terkait dengan metode penelitian yang digunakan. Kedalaman informasi yang terdapat di dalam penelitian ini memiliki keterbatasan, dikarenakan informasi yang diberikan oleh responden terpaku pada jawaban yang sudah dikategorikan oleh peneliti. Sehingga kekayaan informasi tersebut sangat terbatas. Namun hal ini telah dicoba diprediksi oleh peneliti dengan melakukan beberapa wawancara mendalam, namun data tersebut tidak dapat dijadikan sebagai analisa dasar, melainkan tambahan informasi data.

Kedua, keterbatasan teknis, yaitu yang disebabkan karena hambatan lapangan yang mungkin tidak terduga sebelumnya. Keterbatasan yang dihadapi oleh peneliti saat di lapangan adalah sulitnya mendapatkan data sekunder yang akurat di Kantor Kecamatan, maupun di Kantor Kepala Desa. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan sumber daya untuk mendata secara terperinci informasi mengenai masyarakat maupun infrastruktur di daerahnya. Sehingga peneliti hanya dapat mengumpulkan data yang ada, ditambah dengan observasi dan wawancara dengan pihak aparat desa dan kecamatan untuk informasi-informasi yang masih kekurangan.

Selain hambatan-hambatan tersebut, muncul pula hambatan lain yang ditemui peneliti pada waktu penyebaran kuesioner. Yang pertama adalah hambatan jarak yang harus ditempuh. Jarak antara kecamatan tempat peneliti bertempat-tinggal dengan kecamatan daerah pertanian kedelai hitam yang menjadi target penelitian berjarak cukup jauh. Sehingga sering kali peneliti tidak bisa berlama-lama di daerah penelitian dikarenakan harus kembali pada jam tertentu. Kemudian terdapat pula kesulitan di dalam menemukan petani kedelai hitam yang menjadi responden dikarenakan jam kerja petani yang tidak tentu, sehingga tidak bisa dipastikan petani dapat ditemui di ladang atau di rumahnya. Selanjutnya terdapat pula perbedaan budaya antara peneliti dengan responden. Tidak sedikit responden yang sulit untuk berkomunikasi dengan menggunakan Bahasa Indonesia, sedangkan peneliti sama sekali tidak bisa berbahasa Bahasa Jawa yang merupakan bahasa primer dari para petani kedelai hitam. Sehingga kerap sekali peneliti sukar untuk mengerti jawaban yang dilontarkan oleh petani. Namun hambatan ini sempat diselesaikan oleh peneliti dengan meminta petani setempat untuk membantu mengartikan ucapan dari para petani yang menjadi responden penelitian.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PROFIL PERUSAHAAN, LOKASI PENELITIAN, DAN STATUS SOSIAL BUDAYA KOMUNITAS PETANI KEDELAI

IV.1 PT Unilever Indonesia

IV.1.1 Profil Perusahaan

Pada awal pendiriannya di Indonesia, PT Unilever Indonesia Tbk (perusahaan) didirikan pada 5 Desember 1933 sebagai *Zeepfabrieken N.V. Lever*¹. Kemudian pada tahun 1980, seiring dengan perkembangannya, nama perusahaan tersebut diubah menjadi PT Unilever Indonesia². Atas perubahan nama ini, kemudian perusahaan kemudian membuka sahamnya di Indonesia pada tahun 1981. Perusahaan mendaftarkan 15% dari sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya setelah memperoleh persetujuan dari Ketua Badan Pelaksana Pasar Modal (Bapepam) No. SI-009/PM/E/1981 pada tanggal 16 November 1981. Perusahaan ini terus bergerak dalam bidang produksi sabun, deterjen, margarin, minyak sayur dan makanan yang terbuat dari susu, es krim, makanan dan minuman dari teh dan produk-produk kosmetik.

Selanjutnya, memasuki awal tahun 2000an, perusahaan mulai mengekspansi perusahaannya dengan menggandeng berbagai perusahaan lain untuk memperbesar cakupan produksinya. Pada tanggal 22 November 2000, perusahaan mengadakan

¹ Perusahaan didirikan dengan akta No. 33 yang dibuat oleh Tn.A.H. van Ophuijsen, notaris di Batavia. Akta ini disetujui oleh Gubernur Jenderal van Negerlandsch-Indie dengan surat No. 14 pada tanggal 16 Desember 1933, terdaftar di Raad van Justitie di Batavia dengan No. 302 pada tanggal 22 Desember 1933 dan diumumkan dalam *Javasche Courant* pada tanggal 9 Januari 1934 Tambahan No. 3.

² Dengan akta No. 171 yang dibuat oleh notaris Ny. Kartini Mulyadi tertanggal 22 Juli 1980, nama perusahaan diubah menjadi PT Unilever Indonesia. Dengan akta no. 92 yang dibuat oleh notaris Tn. Mudofir Hadi, S.H. tertanggal 30 Juni 1997, nama perusahaan diubah menjadi PT Unilever Indonesia Tbk. Akta ini disetujui oleh Menteri Kehakiman dengan keputusan No. C2-1.049HT.01.04TH.98 tertanggal 23 Februari 1998 dan diumumkan di *Berita Negara* No. 2620 tanggal 15 Mei 1998 Tambahan No. 39.

perjanjian dengan PT Anugrah Indah Pelangi, untuk mendirikan perusahaan baru yakni PT Anugrah Lever (PT AL) yang bergerak di bidang pembuatan, pengembangan, pemasaran dan penjualan kecap, saus cabe dan saus-saus lain dengan merk dagang Bango, Parkiet dan Sakura dan merk-merk lain atas dasar lisensi perusahaan kepada PT AI.

Pada tanggal 3 Juli 2002, perusahaan membuat perjanjian lainnya dengan Texchem Resources Berhad, untuk mendirikan perusahaan baru yakni PT Technopia Lever yang bergerak di bidang distribusi, ekspor dan impor barang-barang dengan menggunakan merk dagang Domestos Nomos. Pada tanggal 7 November 2003, Texchem Resources Berhad mengadakan perjanjian jual beli saham dengan Technopia Singapore Pte. Ltd, yang dalam perjanjian tersebut Texchem Resources Berhad sepakat untuk menjual sahamnya di PT Technopia Lever kepada Technopia Singapore Pte. Ltd.

Dalam Rapat Umum Luar Biasa perusahaan pada tanggal 8 Desember 2003, perusahaan menerima persetujuan dari pemegang saham minoritasnya untuk mengakuisisi saham PT Knorr Indonesia (PT KI) dari Unilever Overseas Holdings Limited (pihak terkait). Akuisisi ini berlaku pada tanggal penandatanganan perjanjian jual beli saham antara perusahaan dan Unilever Overseas Holdings Limited pada tanggal 21 Januari 2004. Pada tanggal 30 Juli 2004, perusahaan digabung dengan PT KI. Penggabungan tersebut dilakukan dengan menggunakan metoda yang sama dengan metoda pengelompokan saham (*pooling of interest*). Perusahaan merupakan perusahaan yang menerima penggabungan dan setelah penggabungan tersebut PT KI tidak lagi menjadi badan hukum yang terpisah.³

Pada tahun 2007, PT Unilever Indonesia Tbk. (Unilever) telah menandatangani perjanjian bersyarat dengan PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk (Ultra) sehubungan dengan pengambilalihan industri minuman sari buah melalui pengalihan merek “Buavita” dan “Gogo” dari Ultra ke Unilever. Perjanjian telah terpenuhi, Unilever dan Ultra telah menyelesaikan transaksi pada bulan Januari 2008. Dan terakhir pada tahun 2011, PT Unilever Tbk melepas salah satu divisi usahanya yaitu Taro Snack ke PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk

³ Penggabungan ini sesuai dengan persetujuan Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dalam suratnya No. 740/III/PMA/2004 tertanggal 9 Juli 2004.

sedikitnya senilai Rp 200 miliar dengan argumentasi bahwa perseroan melepas Taro Snack karena Unilever ingin fokus dengan bisnis utamanya yaitu *Home and Personal Care* dan *Food and Ice Cream*.⁴

Secara umum, proses pengembangan PT Unilever Indonesia Tbk dimulai dari awal pendiriannya sampai dengan saat ini dapat dirangkum di dalam table matriks sebagai berikut:

Tabel 4.1
Matriks Kronologi PT Unilever Indonesia Tbk

Tahun	Perkembangan
1920-30	Import oleh van den Bergh, Jurgen and Brothers
1933	Unilever berdiri dengan nama Zeepfabrieken NV Lever – Angke, Jakarta. Produk pertama sabun cuci Sunlight
1936	Margarin Blue Band dan sabun mandi Lux dipasarkan di Indonesia
1941	Unilever membeli pabrik komestik Colibri NV di Surabaya
1942-46	Perang Dunia II dan pendudukan Jepang di Indonesia berdampak pada Unilever. Pabrik Unilever dikuasai Jepang dan berhenti beroperasi beberapa saat
1945	Pabrik Unilever diperbaiki dan dioperasikan kembali
1945	Unilever membeli pabrik minyak Archa di Jakarta Utara
1967	Perusahaan dikuasai Pemerintah RI selama 4 tahun, kemudian kendali usaha kembali ke Unilever berdasarkan UU PMA
1980	Nama perseroan diubah menjadi PT Unilever Indonesia. Presiden Direktur berkewarganegaraan Indonesia pertama dilantik
1982	<i>Go public</i> dan mendaftarkan 15% saham di Bursa Efek Jakarta
1990	Mendirikan pabrik <i>Personal Care</i> di Rungkut, Surabaya. Pabrik Colibri ditutup. Memasuki bisnis teh dengan mengakuisisi SariWangi.
1992	Pabrik es krim Wall's dibuka di Cikarang. Conello dan Paddle Pop muncul di pasar.
1997	Memindahkan semua pabrik dari Angke (Jakarta) ke Cikarang (Bekasi)
2000	Memasuki bisnis kecap dengan mengakuisisi Bango

⁴ Kedua pihak telah menandatangani *Conditional Sale and Purchase Agreement* pada Jumat tanggal 12 Agustus 2011. Dalam kesepakatan itu disebutkan nilai transaksi lebih dari Rp 200 miliar.

2002	Membuka pusat distribusi sentral di Jakarta. Berpatungan dengan Texchem Resources Berhad untuk mendirikan PT Technopia Lever yang menjual dan mendistribusikan produk pembasmi serangga, Domestos Nomos.
2004	Mengakuisisi Knorr Indonesia dari Unilever Overseas Holding Ltd dan menggabukannya dengan Unilever Indonesia. Memindahkan pabrik produk perawatan rambut dari Rungkut ke Cikarang.
2008	Membangun pabrik perawatan kulit terbesar se-Asia di Cikarang. Memasuki bisnis minuman sari buah dengan mengakuisisi merek Buavita dan Gogo. SAP diimplementasikan di seluruh Unilever Indonesia.
2010	Memasuki bisnis permurnian air dengan meluncurkan PureIt.
2011	Pendirian pabrik sabun mandi Dove di Surabaya. Ditunjuk untuk memasarkan <i>brand-brand</i> Sara Lee Body Care di Indonesia.

Sumber: Annual Report PT Unilever Indonesia Tbk 2011 (diolah kembali oleh Penulis)

Sampai dengan ketika penelitian ini dilakukan, rangkai produk dari Unilever Indonesia merupakan produsen dari *brand-brand* ternama yang dikonsumsi oleh masyarakat secara global, termasuk di Indonesia sendiri. Sebut saja produk *Pepsodent, Lux, Lifebuoy, Dove, Sunsilk, Walls, Vaseline*, dan berbagai *brand* global lainnya. Di Indonesia sendiri, Unilever Indonesia memproduksi berbagai produk lokal yang khusus didistribusikan di Indonesia, seperti Kecap Bango, Sari Wangi, dan produk kecantikan Citra. PT Unilever sendiri saat ini memiliki 6 (enam) pabrik di Kawasan Industri Jababeka, Cikarang, Bekasi, dan 2 (dua) pabrik di Kawasan Industri Rungkut, Surabaya, Jawa Timur, dengan kantor pusat di Jakarta. Produk-produk PT Unilever Indonesia berjumlah sekitar 43 *brand* dan 700 SKU, dipasarkan melalui jaringan yang melibatkan sekitar 429 distributor independen yang menjangkau ratusan ribu toko yang tersebar di seluruh Indonesia. Produk-produk tersebut didistribusikan melalui pusat distribusi milik sendiri, gudang tambahan, depot dan berbagai fasilitas distribusi lainnya.

Misi dan Nilai Perusahaan

Empat pilar utama dari visi PT Unilever Indonesia menggambarkan arah jangka panjang dari perusahaan – kemana tujuannya dan bagaimana untuk menuju ke arah sana. 4 (empat) pilar tersebut yang menjadi landasan perusahaan adalah:

- Perusahaan bekerja untuk membangun masa depan yang lebih baik setiap hari

- Perusahaan membantu orang-orang merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati kehidupan dengan *brand* dan pelayanan yang baik bagi mereka dan bagi orang lain
- Perusahaan menjadi sumber inspirasi orang-orang untuk melakukan hal kecil setiap hari yang dapat membuat perbedaan besar bagi dunia
- Perusahaan akan mengembangkan cara baru dalam melakukan bisnis dengan tujuan membesarkan perusahaan perusahaan dua kali lipat sambil mengurangi dampak lingkungan

Kinerja perusahaan ini pun dilandasi dengan nilai-nilai perusahaan yang terangkum dalam 6 (enam) poin, yaitu:

- Fokus pada pelanggan, konsumen dan masyarakat
- Kerjasama
- Integritas
- Mewujudkan sesuatu terjadi
- Berbagi kebahagiaan
- Kesempurnaan

Tujuan dan Prinsip Perusahaan

Tujuan PT Unilever Indonesia adalah bahwa kesuksesan memerlukan “standar tertinggi dari perilaku *corporate* terhadap setiap orang yang bekerja dengan perusahaan, komunitas yang perusahaan sentuh, dan lingkungan yang terdampak dari pekerjaan perusahaan.”

- Selalu bekerja dengan integritas
Beroperasi dengan integritas dan rasa hormat pada orang-orang, sentuhan bisnis perusahaan pada organisasi dan lingkungan selalu menjadi pusat dari tanggung jawab *corporate* perusahaan.
- Dampak Positif
Perusahaan bertujuan memberikan dampak positif dengan berbagai cara: melalui *brand* perusahaan, melalui kegiatan komersial dan hubungan perusahaan, melalui kontribusi sukarela, serta berbagai cara lain dimana perusahaan berhubungan dengan masyarakat.
- Komitmen yang berlanjut

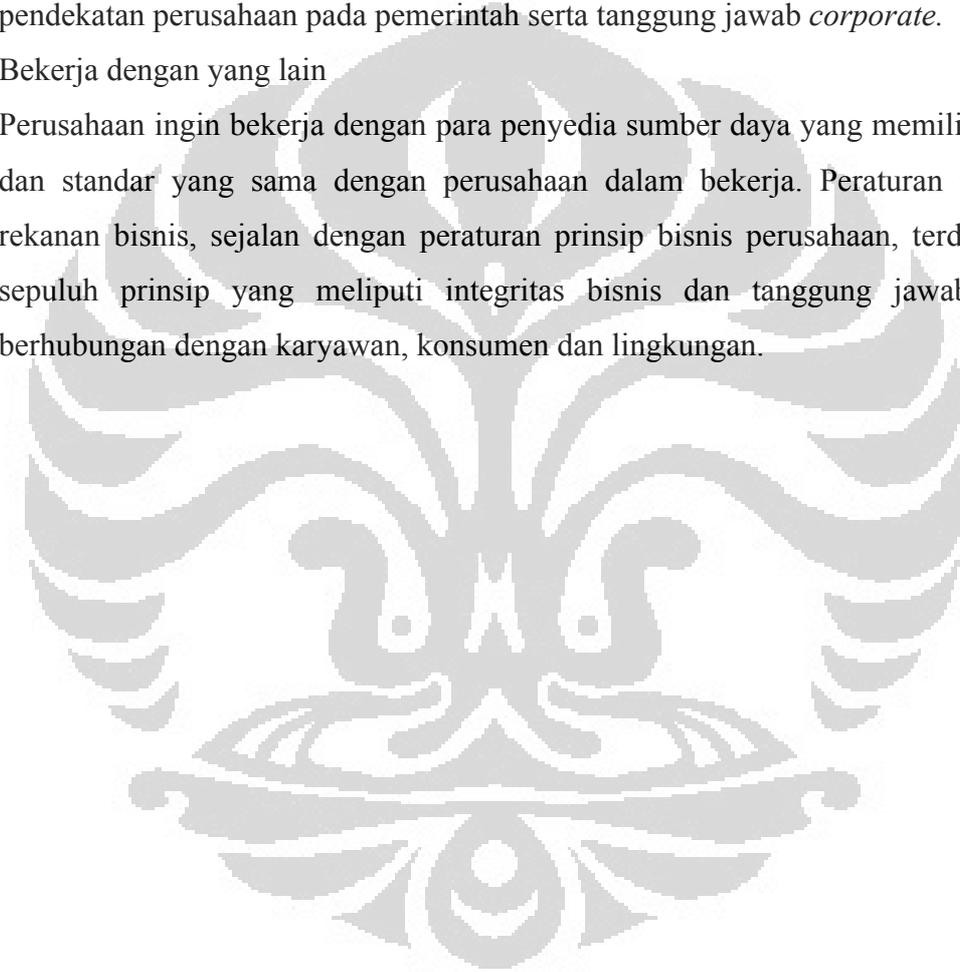
Perusahaan juga berkomitmen untuk terus meningkatkan cara dalam menangani dampak lingkungan dan bekerja dengan tujuan jangka panjang perusahaan dalam mengembangkan bisnis yang berkelanjutan.

- Menjalankan aspirasi perusahaan

Tujuan *corporate* perusahaan telah memberikan aspirasi bagi perusahaan untuk mengelola bisnis. Hal ini diperkuat peraturan perusahaan dalam prinsip-prinsip bisnis yang menjelaskan standar operasional yang diikuti semua karyawan Unilever, dimanapun mereka berada diseluruh dunia. Aturan ini juga mendukung pendekatan perusahaan pada pemerintah serta tanggung jawab *corporate*.

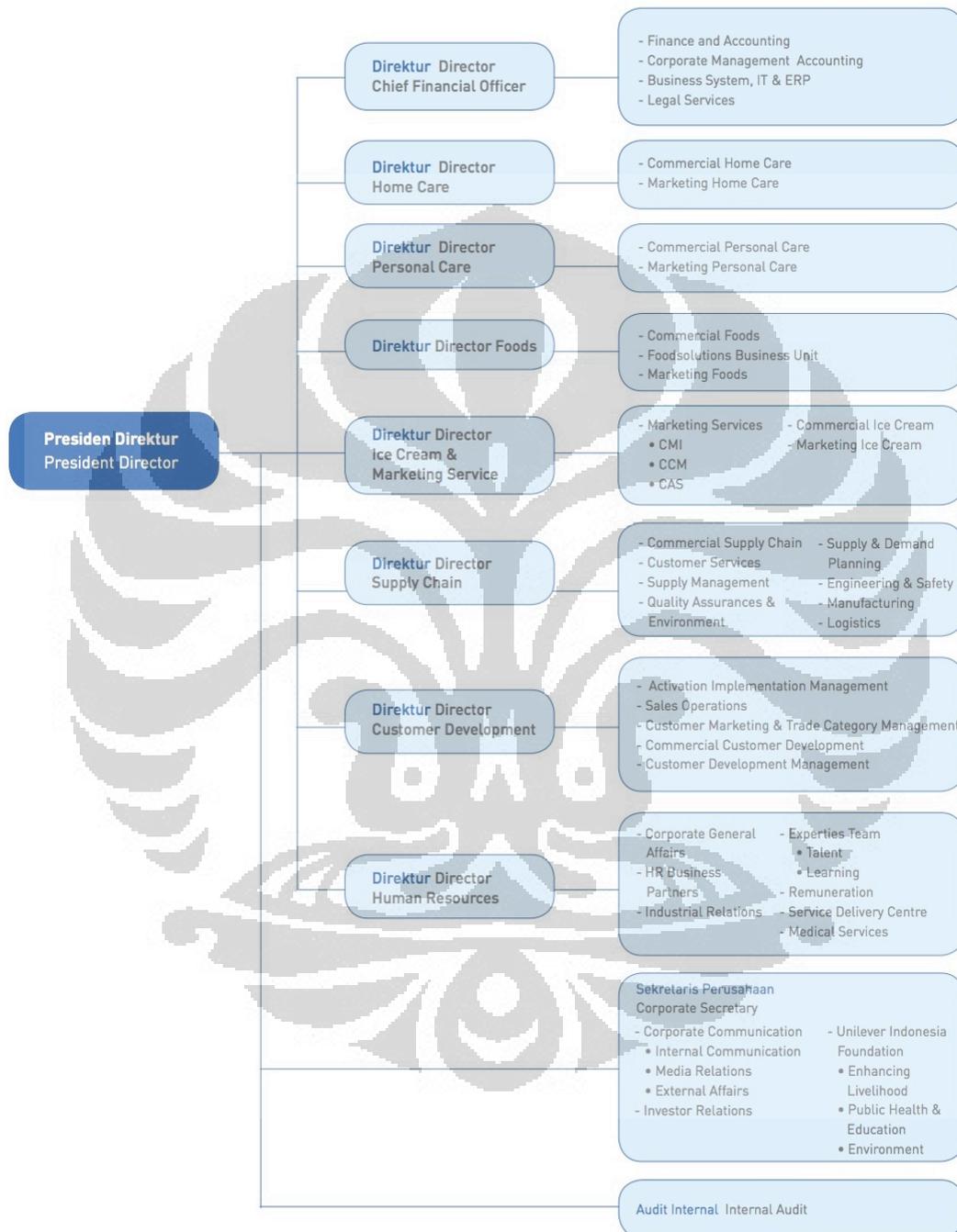
- Bekerja dengan yang lain

Perusahaan ingin bekerja dengan para penyedia sumber daya yang memiliki nilai dan standar yang sama dengan perusahaan dalam bekerja. Peraturan tentang rekanan bisnis, sejalan dengan peraturan prinsip bisnis perusahaan, terdiri dari sepuluh prinsip yang meliputi integritas bisnis dan tanggung jawab yang berhubungan dengan karyawan, konsumen dan lingkungan.



Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT Unilever Indonesia Tbk



Sumber: Annual Report 2011 PT Unilever Indonesia Tbk

VI.1.2 Unilever Indonesia dan Usaha Keberlanjutan

Secara global, Unilever adalah salah satu *supplier* terdepan untuk barang-barang konsumen yang bergerak cepat, dengan penjualan produk lebih dari 170

negara. Portfolionya yang kuat mengenai makanan, rumah tangga dan merk perawatan pribadi telah dipercaya oleh para pelanggan di seluruh dunia. Sejumlah 13 merk papan atas telah menghasilkan penjualan dengan total lebih dari 23 milyar Euro. Merk ini terdiri atas Axe/Lynx, Blue Band, Dove, Flora/Becel, es krim Heartbrand, Hellmann's, Knorr, Lipton, Lux, Omo, Rexona, Sunsilk dan Surf. Sedangkan, 25 merk terkenal lainnya juga telah mencapai 75% dari penjualan.

Pada tahun 2009, penjualan Unilever Global mencapai 39,8 milyar Euro. Penjualan saham perusahaan pada pasar D&E telah mencapai 49% di tahun 2009, dan naik dari 47% pada tahun 2008. Penjelasan dari pasar D&E meliputi semua negara di Amerika Latin, Eropa Tengah dan Timur, Afrika dan Asia, kecuali Jepang dan Australia. Dengan para pelanggan, konsumen, *supplier* dan pemegang saham di setiap benua, perusahaan menggambarkan dirinya sebagai 'multi-lokal multinasional'. Sebagai bagian penting dari masyarakat lokal tempatnya beroperasi, perusahaan membawa keahlian internasional untuk melayani masyarakat dimanapun mereka berada.

Oleh karena itu, Unilever Global secara menyeluruh mengeluarkan rancangan strategi pertumbuhan yang dinamakan dengan *Unilever Sustainable Living Plan (USLP)* sebagai suatu pendekatan terhadap keberlanjutan termasuk pengembangan komunitas berfokus pada interaksi antara model bisnis dan tantangan yang dihadapi masing-masing korporasi di negaranya. Untuk Unilever Indonesia, isunya yang kerap dihadapi adalah yang berkaitan dengan masalah kesehatan, nutrisi, pengelolaan limbah, keberlanjutan sumber daya, perubahan iklim, dan kemiskinan. Strategi keberlanjutan menyentuh seluruh aspek operasional dan setiap tahap dalam siklus kehidupan produk, dimana inovasi dan teknologi memegang peran yang bersifat sentral. Strategi tersebut juga membentuk cara berinteraksi dengan para pemangku kepentingan melalui program-program pengembangan komunitas dan misi sosial *brand-brand* perusahaan, yang menjadi sarana promosi bagi peningkatan pemberdayaan ekonomi dan memotivasi konsumen untuk menerapkan gaya hidup dan pola konsumsi yang lebih *sustainable*.

Agenda Unilever Indonesia sehubungan dengan *Unilever Global Sustainable Living Plan (USLP)* yang dikeluarkan pada bulan November 2010, yang terkait dengan tiga target inti untuk 2020:

1. Unilever Indonesia akan membantu lebih dari satu milyar orang untuk mengambil tindakan untuk meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan mereka
2. Unilever Indonesia akan menurunkan pertumbuhan dari dampak lingkungan korporasi mereka, mencapai pengurangan absolut dari siklus hidup produk. Tujuannya adalah untuk menurunkan separuh dampak lingkungan dari pembuatan dan penggunaan produk-produk mereka.
3. Unilever Indonesia akan meningkatkan taraf hidup ratusan ribu orang dalam rantai suplai korporasinya.

Berikut merupakan beberapa poin yang dapat menjelaskan sedikitnya mengenai masing-masing aspek yang dianggap terkena dampak dari segala kinerja Unilever Indonesia dan apa yang dilakukan oleh perusahaan untuk menerapkan strateginya dalam pengembangan berkelanjutan:⁵

Memahami kebutuhan konsumen

Tujuan perusahaan adalah memenuhi kebutuhan sehari-hari para konsumen akan nutrisi, kebersihan dan perawatan pribadi. Apa yang perusahaan lakukan:

- Membuat produk berkualitas tinggi yang aman digunakan
- Membuat produk dengan harga terjangkau dan mudah diperoleh para konsumen
- Memahami keterbatasan lingkungan, seperti kelangkaan air, di mana para konsumen menggunakan produk perusahaan.

Inovasi & R&D

Melalui investasi terhadap *research and development*, perusahaan bertujuan untuk menemukan variasi dan mengubah kebutuhan para pelanggan di semua pasar perusahaan. Apa yang perusahaan lakukan:

- Meningkatkan kualitas nutrisi pada makanan perusahaan
- Meminimalisir dampak negatif lingkungan dari produk perusahaan
- Mengkombinasikan faktor sosial, ekonomi dan lingkungan menjadi inovasi dan rencana pengembangan dari merk utama perusahaan
- Meneliti dan mendukung alternatif lain dari uji terhadap hewan
- Bekerja sama dengan akademi dan rekan bisnis di seluruh dunia

⁵ Direview dari website <http://unilever.co.id/id/sustainability/introduction/impacts/> pada 25 Mei 2012, pukul 10:22 (diolah kembali oleh penulis)

Supplier

Perusahaan bertujuan mendukung pelaksanaan pemeliharaan terhadap *supply chain* perusahaan. Melalui tanggung jawab terhadap sumber daya, perusahaan berusaha meningkatkan standar sejalan dengan persyaratan yang dibuat dalam Kode Etik Mitra Usaha dan Kode Etik Pertanian Berkelanjutan. Apa yang perusahaan lakukan:

- Berjuang memastikan kondisi kerja yang adil terhadap *supply chain* dan menghormati hak asasi manusia
- Memastikan para *supplier* memenuhi standar kesehatan, keamanan dan perlindungan lingkungan
- Bekerja sama dengan perusahaan lainnya dalam menciptakan pendekatan umum untuk evaluasi *supplier* dan membagi informasi hasil kerja mereka
- Bekerja sama dengan *supplier* pertanian perusahaan dan untuk melakukan pelaksanaan pertumbuhan yang berkesinambungan.

Produksi dan manufaktur

Perusahaan berusaha mencari cara mengatur dampak operasional perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Apa yang perusahaan lakukan:

- Melindungi kesehatan dan keamanan para karyawan saat bekerja
- Melindungi kesehatan dan keamanan para pelanggan
- Menghormati hak-hak dasar para karyawan dan mendukung budaya kerja yang kuat
- Berinvestasi terhadap masyarakat lokal dan memberikan sumbangsih terhadap pengembangan ekonomi lokal
- Meningkatkan eko-efisiensi dari bagian manufaktur perusahaan dan membentuk target, terutama untuk emisi CO₂.

Distribusi & ritel

Tujuan perusahaan adalah menjadi *supplier* pilihan dari para pelanggan perusahaan dan memastikan para konsumen memiliki akses ke produk perusahaan melalui jaringan distribusi yang berbeda. Apa yang perusahaan lakukan:

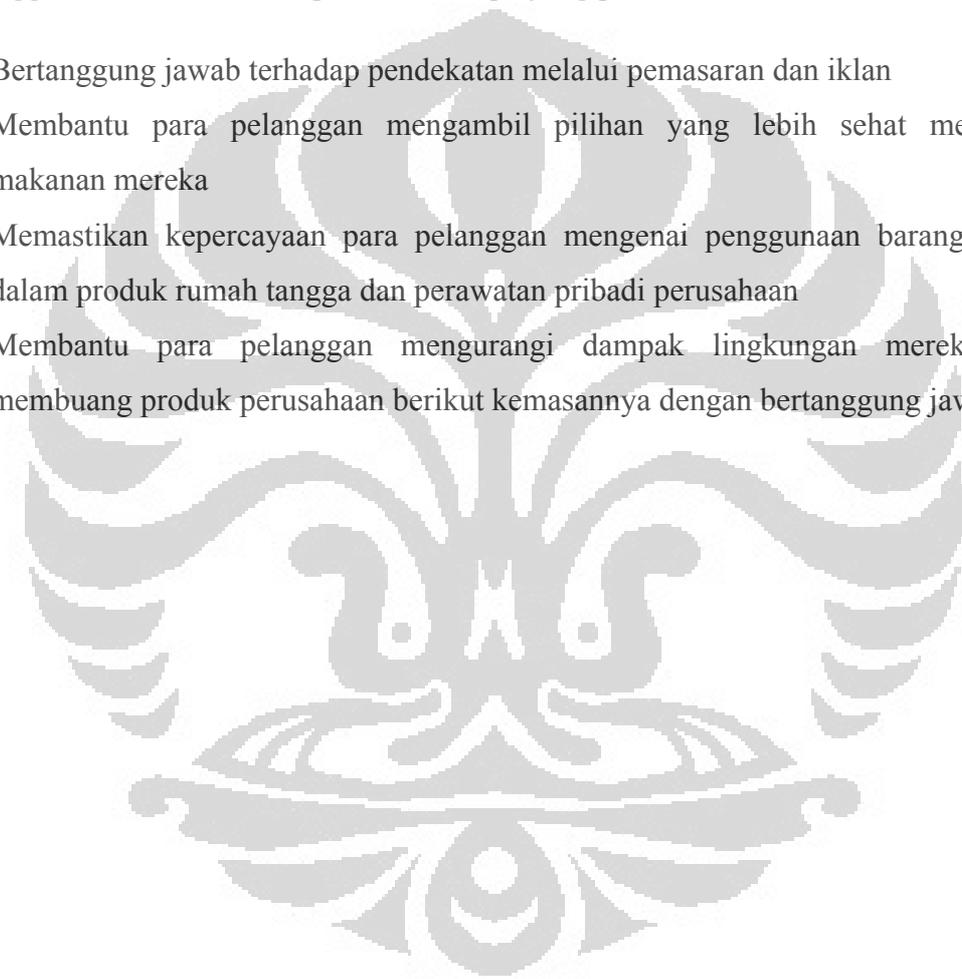
- Kolaborasi kerja dengan manufaktur lain dan para pedagang dalam menghadapi isu-isu berkesimbangan

- Mendukung para pedagang dalam mendidik para pelanggan mengenai isu kesehatan dan kesinambungan
- Mengurangi dampak lingkungan yang dihasilkan dari distribusi produk perusahaan
- Memastikan para konsumen di manapun memiliki akses ke produk perusahaan

Pemasaran, Konsumsi dan Pembuangan

Perusahaan menyampaikan tanggung jawab perusahaan kepada para pelanggan melalui iklan dan pemasaran. Apa yang perusahaan lakukan:

- Bertanggung jawab terhadap pendekatan melalui pemasaran dan iklan
- Membantu para pelanggan mengambil pilihan yang lebih sehat mengenai makanan mereka
- Memastikan kepercayaan para pelanggan mengenai penggunaan barang kimia dalam produk rumah tangga dan perawatan pribadi perusahaan
- Membantu para pelanggan mengurangi dampak lingkungan mereka dan membuang produk perusahaan berikut kemasannya dengan bertanggung jawab



Gambar 4.2
Rantai Pemangku Kepentingan Unilever Indonesia



Sumber: Sustainability Report Unilever Indonesia 2008

Menggunakan kekuatan dari *brand-brand* perusahaan, Unilever Indonesia terus memberdayakan insan Indonesia untuk melakukan langkah kecil yang apabila dilakukan secara bersama-sama, akan menghasilkan perbedaan yang besar dan semakin mendekatkan Unilever Indonesia pada target-target Unilever Sustainable Living Plan.

IV.1.3 Yayasan Unilever Indonesia

IV.1.3.1 Profil Yayasan Unilever Indonesia

Yayasan Unilever Indonesia (YUI) pertama kali bergerak pada tanggal 27 November 2000 dengan nama Yayasan Unilever Indonesia Peduli, atau sering disebut sebagai ULI Peduli atau ULI Peduli *Foundation* (UPF). Misi awal dari yayasan ini adalah untuk mencari dan memberdayakan potensi di dalam komunitas, menyediakan nilai tambahan di dalam masyarakat, menyatukan kekuatan dari para mitranya, dan berlaku sebagai katalis untuk formasi dari kemitraan-kemitraannya. Oleh karena itu,

memilih dan bekerja dengan para mitra dianggap sesuatu yang kritis. Mitra-mitra ini dapat datang dari berbagai macam latar belakang – pemerintah, LSM, akademisi, maupun kelompok-kelompok masyarakat lokal.

Struktur Organisasi Yayasan Unilever Indonesia

Di bawah naungan PT Unilever Indonesia, seperti yang terdapat pada bagan struktur organisasi, YUI berada di bawah *Corporate Secretary* yang berhubungan langsung dengan Presiden Direktur. YUI secara struktural berada sejajar dengan divisi *Communication*. Terdapat 3 *board* di struktur organisasi YUI; dewan pembina yang terdiri dari CEO Unilever Indonesia, deputi, dan anggota; Dewan Pengawas; dan *Executive Committee*. Di kinerjanya sehari-hari, YUI dijalankan oleh *executive committee* yang diketuai oleh *General Manager* YUI. Di dalamnya sendiri, masing-masing pilar – lingkungan, pemberdayaan usaha kecil dan menengah, dan edukasi kesehatan masyarakat (PHE) - dijalankan oleh manajer programnya masing-masing.

Program Yayasan Unilever Indonesia

YUI bertindak sebagai katalis bagi semua departemen di Unilever Indonesia dan memungkinkan mereka untuk mengintegrasikan *sustainability* dalam semua aktivitas operasional mereka. Strategi YUI untuk mengimplementasikan proyek-proyeknya terdiri atas:

1. **Relevansi.** Program harus relevan dengan tujuan bisnis perusahaan
2. **Model.** Program dimulai dengan membuat satu model yang baik.
3. **Kemitraan.** YUI selalu mengimplementasikan program-programnya dengan bermitra dengan pemangku kepentingan lainnya.
4. **Replikasi.** YUI mereplikasi program-program yang berhasil di daerah-daerah lain

Dalam menerapkan strategi keberlanjutannya, YUI membangun 3 (tiga) pilar dalam menjalankan program CSR-nya, yaitu (1) *Enhancing Livelihood*, (2) *Public Health Education*, dan (3) *Environment*. YUI sendiri memiliki program-program bantuan yang bersifat filantropis, yang dinamakan *humanitarian aid and care for area surrounding*.

Enhancing Livelihood

Pilar pertama ini sebelumnya dikenal dengan nama Pembangunan Ekonomi dan Pertanian yang Berkelanjutan yang pada tahun 2011 berubah nama menjadi *Enhancing Livelihood*. Unilever Indonesia berkomitmen untuk menggunakan bahan mentah dari sumber-sumber yang *sustainable* untuk produk-produknya. Ini berarti bahwa bahan baku yang digunakan berasal dari sumber-sumber yang benar-benar memikirkan pertimbangan pembangunan sosial ekonomi dan masalah lingkungan. Kedelai hitam adalah salah satu bahan baku yang kesinambungannya sangat penting bagi usaha korporasi ini. Berangkat dari pemahaman bahwa untuk mendapatkan berton-ton bahan mentah, korporasi harus memperhatikan kondisi ekonomi dari para petaninya. Oleh karena itu pada pilar ini, YUI mengembangkan programnya dalam 3 (tiga) sektor: pemberdayaan untuk petani kedelai hitam, petani gula kelapa, dan petani teh. Khusus untuk pemberdayaan petani, hal ini sesuai dengan misi sosial Kecap Bango yang berkaitan dengan pelestarian warisan kuliner Indonesia dan meningkatkan taraf hidup petani kedelai hitam.

Public Health Education

Pilar ini merupakan program yang dapat dikatakan sebagai program yang paling awal dijalankan di YUI. Bahkan sebelum YUI sendiri, program serupa dilaksanakan sebagai salah satu misi sosial *brand* Lifebuoy dan Pepsodent. Tujuan program ini dilakukan adalah untuk mensosialisasikan pentingnya kebersihan dan kesehatan di masyarakat, serta isu nutrisi di Indonesia. PHE berfokus kepada 3 (tiga) program utama, yaitu: Program Promosi Kesehatan Terpadu (*IHPP*), Program Nutrisi, dan Aksi Pencegahan HIV/AIDS. Sebagian besar target dari pilar ini adalah untuk masyarakat Indonesia berusia muda yang dianggap paling rentan dalam hal kebersihan dan kesehatan. Cakupan program menyentuh langsung targetnya sesuai dengan programnya masing-masing, mulai dari bayi dari masyarakat menengah ke bawah sampai dengan remaja dari semua kalangan yang terancam akan penyakit HIV/AIDS.

Environment

Pilar terakhir merupakan pilar yang berfokus pada program-program yang berkaitan dengan isu lingkungan, yaitu: Pemberdayaan Masyarakat (“*Green and Clean*”), Limbah Bekas Kemasan Konsumen, dan Mengatasi Dampak Pemanasan Global. Salah satu program yang paling menonjol pada pilar ini adalah *Trashion*, sebuah produk yang diproduksi lokal dengan menggunakan kemasan bekas pakai produk-produk Unilever. Selain itu terdapat juga program *Green and Clean*, *Green Office*, *Green School*, serta *Green Festival*. Program-program sampai sekarang ditujukan kepada kota-kota besar yang dianggap paling penting untuk disosialisasikan mengenai manajemen lingkungan. Program ini telah tersebar di 8 (delapan) kota besar di Indonesia, yaitu Jakarta, Yogyakarta, Makassar, Medan, Bandung, Surabaya, Banjarmasin, dan Balikpapan.

Ketiga pilar inilah yang menjadi keunggulan YUI selama 10 tahun terakhir. YUI menjalankan semua programnya dengan totalitas sehingga selama beberapa tahun terakhir saja, YUI meraih banyak penghargaan bergengsi dengan cakupan nasional maupun internasional. Untuk *Metro TV Millenium Development Goals Award*, sejak tahun 2007 YUI telah mendapatkan setidaknya 7 (tujuh) penghargaan. Serta untuk cakupan internasional, seperti *Stevie Award*, YUI dari tahun 2008 meraih 4 (empat) penghargaan atas kinerja CSRnya. Serta terdapat beberapa penghargaan lainnya yang telah dianugerahkan kepada YUI.

Pada penelitian ini, penulis memfokuskan penelitiannya kepada salah satu pilar di YUI yaitu *Enhancing Livelihood*. Pilar ini merupakan pilar yang hubungannya terlihat paling langsung kepada salah satu pemegang kepentingan Unilever Indonesia sebagai sebuah korporasi. Program pemberdayaan petani kedelai hitam menyentuh langsung pemasok utama dari produksi Kecap Bango yang tersebar di seluruh Indonesia, terutama di Pulau Jawa.

IV.1.4 *Enhancing Livelihood*: Program Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam

Seperti yang telah dituliskan sebelumnya, program pemberdayaan petani kedelai hitam merupakan program yang paling ditujukan langsung kepada pemegang kepentingan Unilever Indonesia sebagai sebuah korporasi. Program ini terbentuk

didasarkan dengan argumen bahwa kedelai, sebagai bahan dasar pembuatan Kecap Bango, dari tahun ke tahun produksinya semakin menurun sedangkan kebutuhannya semakin meningkat. Hal ini diduga dikarenakan nilai komoditas kedelai hitam yang lebih rendah dibanding komoditas lain.

Tabel 4.2
Produksi, Impor, dan Ketersediaan Kedele di Indonesia Tahun 1995-2002
(dalam 1.000 ton)

Tahun	Produksi	Impor	Ketersediaan
1995	1.680	608	2.287
1996	1.517	747	2.263
1997	1.357	617	1.973
1998	1.306	343	1.649
1999	1.383	1.302	2.684
2000	1.010	1.278	2.286
2001	827	1.136	1.962
2002	653	1.365	2.018
Laju %	-12.3%	35.31%	0.90

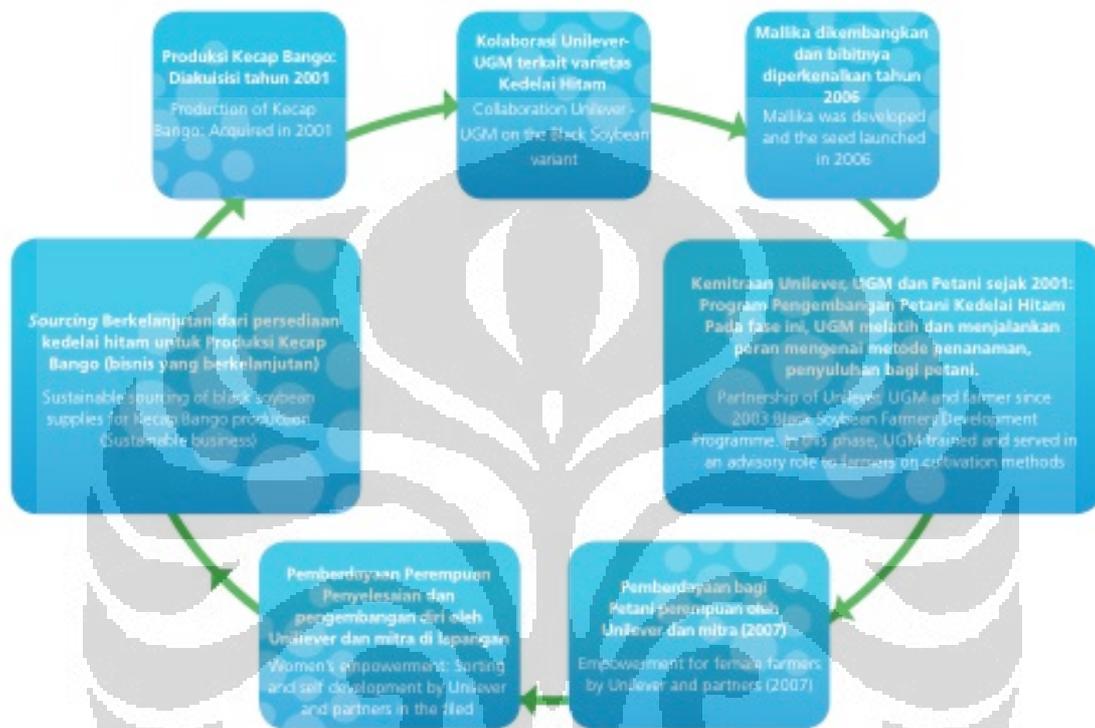
Sumber: Mallika: Jejak Sinergi pada Sebutir Kedele

Oleh karena itu, sebagai usaha peningkatan ketersediaan kedelai hitam ini, sejak tahun 2001, saat Unilever mengakuisisi Kecap Bango, Unilever telah membangun hubungan dengan Universitas Gadjah Mada (UGM), Jogjakarta untuk melakukan penelitian tentang kedelai hitam. Tim ini, yang diketuai oleh Dr. Ir. Mary Astuti, mengembangkan kultur kedelai hitam. Pada tahun 2002, program kemitraan YUI mulai berjalan di Kabupaten Bantul, Jogjakarta, ketika 25 petani kedelai terikat sebagai *suppliers* bahan mentah untuk Kecap Bango. Awalnya sangat sedikit petani yang berpartisipasi, dikarenakan kedelai hitam hanyalah hasil tani nomer dua yang diunggulkan di kebun. Namun seiring berjalannya waktu, semakin banyak petani yang bergabung di dalam kemitraan ini, baik di Bantul maupun di daerah lainnya di Jawa Timur.

Hubungan Unilever dengan UGM yang dijalin sejak tahun 2001 kemudian menghasilkan sebuah pencapaian yang diharapkan. Setelah bereksperimen selama enam tahun, tim UGM akhirnya menemukan varian kedelai hitam terbaik yang kemudian diberi nama "Mallika". "Mallika" menerima sertifikasi dari Kementerian Pertanian pada September 2007 sebagai varian unggul nasional. Kemitraan ini terus berlanjut untuk memonitor fluktuasi harga, kualitas kedelai hitam, dan pasokannya.

Sebagai hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Institusi Tempo (2010), grafik di bawah menggambarkan awal mula kemitraan Unilever-UGM-petani yang membahas masalah-masalah termasuk pemberdayaan masyarakat/perempuan, pembangunan ekonomi dan inovasi pertanian.

Gambar 4.3
Program Kemitraan Unilever-UGM-Petani



Sumber: Sustainability Report Unilever Indonesia 2008

Dapat dilihat dari bagan di atas, bahwa kerjasama antara Unilever-UGM-Petani bersifat rotatif. UGM mempekerjakan sedikitnya 15 orang sarjana pertanian yang *standby* di semua area pertanian untuk memonitor proses mulai dari penanaman sampai dengan proses panen dan pasca-panen. Petani diberikan pembelajaran oleh para Asisten Lapangan (Aslap) ini mengenai semua yang berkaitan dengan penanaman kedelai hitam. Petani-petani ini sendiri kemudian bergabung dan membentuk kelompok tani yang beranggotakan sedikitnya 10 sampai dengan 50 orang. Dengan para Aslap, petani akan berkordinasi mengenai kerjasama tersebut sehingga memahami dengan baik hak dan kewajiban masing-masing pihak, serta cara budi daya kedelai hitam dengan baik. Pihak UGM dan Unilever kemudian menentukan koperasi di masing-masing daerah sebagai mitra yang mewakili petani di

daerah tersebut. Terdapat koperasi yang dibentuk khusus, dan terdapat pula yang sudah ada.

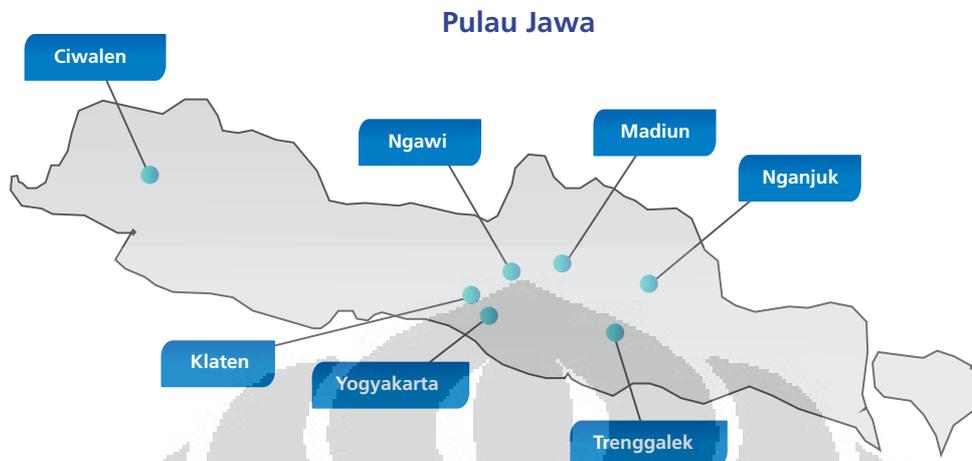
Pada kesepakatannya, tercantum bahwa Unilever Indonesia membeli seluruh hasil panen dengan harga yang disepakati bersama, dengan standar kualitas biji kedelai yang harus dipenuhi petani. Mengenai harganya, yang disepakati adalah harga minimum sebagai harga beli pada petani dan harga maksimum sebagai harga jual koperasi pada *Commodity Buying Unit* Unilever. Biasanya selisih harga minimum dan maksimum sebagai keuntungan koperasi, yang setelah dipotong biaya sortir angkanya berkisar Rp 100 per kilogram penjualan ke Unilever. Dalam pelaksanaannya, para petani akan memperoleh modal awal yang berkisar sekitar Rp 800.000 untuk setiap petani berupa benih, pupuk, dan pestisida yang nilainya akan diperhitungkan dalam hasil panen nanti.

Setelah proses panen, hasil panen tersebut akan ditampung seluruhnya oleh ketua kelompok tani dan kemudian dikirimkan kepada koperasi. Unilever akan membeli kedelai hitam yang telah memenuhi standar yang sudah ditentukan, sedangkan kedelai hitam yang tidak dibeli akan dijual oleh koperasi kepada tengkulak atau pedagang kecil. Dalam proses sortasi untuk memilih kedelai hitam yang memenuhi standar inilah para perempuan di daerah sekitar lahan ikut turut serta dalam program kerjasama ini.

Program ini selama dijalankan sampai pada saat penulisan ini dilakukan mengalami fluktuasi yang cukup signifikan. Ketika dimulai pada tahun 2002, program hanya berawal dari 1 daerah, 12 orang petani dengan 5 hektar area lahan. Sampai dengan tahun 2010, program telah menyentuh setidaknya 11 daerah yang tersebar di pulau Jawa, 6000 orang petani dengan 1170 hektar lahan.⁶

⁶ Angka tersebut merupakan angka kumulatif dari tahun 2002-2010, bukan merupakan angka mutlak pada tahun 2010.

Gambar 4.4
Denah Pengembangan Petani Kedelai Hitam Tahun 2002-2008



Sumber: Sustainability Report Unilever Indonesia 2008

Di antara daerah-daerah tersebut terdapat beberapa daerah yang secara stabil menghasilkan produktifitas yang baik dan terdapat pula yang menurun serta tidak lagi menanam kedelai hitam. Berikut merupakan tabel yang menunjukkan perkembangan program petani kedelai hitam sejak tahun 2007 sampai dengan tahun 2010. Dilihat dari data yang menunjukkan perkembangan masing-masing daerah di Jawa dimana implementasi program dilakukan, maka dapat dilihat bahwa Nganjuk merupakan wilayah yang paling memperlihatkan hasil yang secara stabil baik dibanding wilayah lainnya. Untuk itu peneliti menetapkan Nganjuk sebagai contoh untuk melakukan evaluasi program pemberdayaan petani kedelai hitam ini. Untuk memperkecil pengambilan sampel penelitian,

IV.2.1 Kecamatan Gondang

IV.2.1.1 Demografi

Kecamatan Gondang merupakan salah satu dari (20) dua puluh kecamatan di wilayah Kabupaten Nganjuk. Secara geografis, Kecamatan Gondang berbatasan langsung dengan wilayah sebagai berikut:

- Utara : Kecamatan Ngluyu

- Selatan : Kecamatan Baron, Kecamatan Tanjunganom, dan Kecamatan Sukomoro
- Barat : Kecamatan Rejoso
- Timur : Kecamatan Lengkong

Luas wilayah Kecamatan Gondang berdasarkan Laporan Nganjuk Dalam Angka Tahun 2011 adalah 9,594.3 Ha, dimana sebagian besar wilayahnya merupakan kawasan hutan, termasuk diantaranya adalah Hutan Milik Negara. Secara terperinci, berikut data Luas Wilayah Menurut Jenis Tanah Berdasarkan Podes 2008 di Kecamatan Gondang, Kabupaten Nganjuk:

- Tanah Sawah : 3,544.4 Ha
- Tanah Kering : 2,176.2 Ha
- Tanah Hutan : 3,873.7 Ha

Di Kecamatan Gondang sendiri terdapat 17 Desa yang tersebar di seluruh wilayah dengan masing-masing Dukuh di setiap desa tersebut. Berikut adalah tabel Nama Dukuh Menurut Kecamatan dan Desa:

Tabel 4.3
Nama Dukuh Menurut Kecamatan dan Desa Tahun 2010
Kecamatan Gondang, Kabupaten Nganjuk

Desa	Nama Dukuh
Sumberjo	Depok, Boro, Ngasem, Kedunggulun, Paldapleng
Nglinggo	Nglinggo, Bringin, Josuman, Gobang, Besuki
Mojoseto	Mojoseto, Kalangan
Karangsemi	Karangsemi, Krajan, Pilangkenceng
Senjayan	Kedungingas, Senjayan
Kedungglugu	Kedungglugu, Kedunggalih
Jaan	Jaan, Sempayang, Jatitengah
Sumber Agung	Sumber Agung, Jarak
Ketawang	Kedungceleng, Nglumbu, Ketawang
Ngujung	Ngujung, Keringan
Losari	Losari
Sanggrahan	Sanggrahan, Jatigetih
Balonggebang	Sawahan, Balonggebang, Kawedegan, Balongrejo, Kedungrejo
Pandean	Pandean, Kampungbaru, Summersari
Campur	Sambong, Pulo, Balongglagah, Ngrambek, Sukorejo
Gondang Kulon	Karang Pedat, Gondang Kulon, Ngemplak, Balongkenci
Senggowar	Senggowar, Jatirejo, Peneng

Sumber: Nganjuk Dalam Angka Tahun 2011

Jumlah penduduk di Kecamatan Gondang berdasarkan Data Registrasi Penduduk di Kantor Kecamatan dapat dilihat di dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.4
Jumlah Rumah Tangga dan Penduduk Kecamatan Gondang

Kecamatan	Jumlah Rumah Tangga	Populasi Penduduk			
		Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	Sex Ratio
Gondang	14,486	25,034	24,993	50,027	100.16

Sumber: Nganjuk Dalam Angka Tahun 2011

Dari data penduduk pada tahun 2009 ke 2010 dalam Nganjuk Dalam Angka Tahun 2010, terlihat bahwa dalam 1 (satu) tahun terdapat penurunan populasi yang terdapat di Kecamatan Gondang. Pada tahun 2009, terdapat 51,962 penduduk, sedangkan pada tahun 2010 berkurang menjadi 50,027 penduduk. Sehingga diperkirakan setidaknya terjadi pengurangan penduduk sebanyak 1935 penduduk di Kecamatan Gondang. Hal ini diduga terjadi karena adanya alasan-alasan lain diluar adanya penduduk yang meninggal dunia. Menurut pihak Kecamatan Gondang, ada kemungkinan bahwa ini dikarenakan di Gondang sendiri tidak terdapat sarana pendidikan perguruan tinggi dan juga terdapat penduduk usia produktif yang mencari pekerjaan keluar kecamatannya maupun ke daerah lain di luar Kabupaten Nganjuk.

IV.2.1.2 Pendidikan

Berdasarkan data dari Nganjuk Dalam Angka Tahun 2011, didapatkan bahwa terdapat beberapa sarana dan prasarana pendidikan yang terdapat di Kecamatan Gondang. Data tersebut disajikan berikut:

Tabel 4.5
Fasilitas Pendidikan Kecamatan Gondang

Tingkat Pendidikan	Negeri			Swasta		
	Sekolah	Murid	Guru	Sekolah	Murid	Guru
Taman Kanak-Kanak	-	-	-	32	987	112

Sekolah Dasar	32	4836	373	-	-	-
Madrasah Ibtidaiyah	-	-	-	2	160	17
Sekolah Menengah Pertama	2	1665	104	1	21	8
Madrasah Tsanawiyah	-	-	-	3	446	51
Sekolah Menengah Atas (Umum & Kejuruan)	2	1598	155	1	131	20
Madrasah Aliyah	-	-	-	2	106	34
Jumlah	36	8099	632	41	1851	242

Sumber: Nganjuk Dalam Angka Tahun 2011 (diolah kembali oleh peneliti)

Dari tabel diatas bahwa sarana dan prasarana pendidikan cukup memadai kebutuhan masyarakat sampai dengan tahap Sekolah Menengah Atas. Namun tidak terdapat sarana pendidikan untuk menampung pendidikan setelahnya. Wawancara dengan petugas kecamatan menyebutkan bahwa di Gondang, tidak terdapat perguruan tinggi sama sekali. Sehingga mereka yang mempunyai kemampuan untuk menyekolahkan anaknya sampai dengan tahap tersebut, akan memilih untuk menyekolahkan di daerah diluar Kecamatan Gondang. Sebagian besar terdapat di Kecamatan Nganjuk yang bisa dikatakan sudah lebih *modern* dibanding daerah sekitarnya.

IV.2.1.3 Kesehatan

Fasilitas kesehatan merupakan salah satu fasilitas yang dapat mendukung kesejahteraan penduduk di wilayah tersebut. Data berikutnya adalah mengenai fasilitas kesehatan yang terdapat di Kecamatan Gondang yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6
Jumlah Fasilitas Kesehatan Kecamatan Gondang

Fasilitas		Jumlah
Depkes	RSU	-
	Puskesmas	1
	Puskesmas Pembantu	5
	Tempat Tidur	-
Non-Depkes	Balai Pengobatan	-

	Rumah Bersalin	-
	Klinik	-

Sumber: Nganjuk Dalam Angka Tahun 2011 (Diolah kembali oleh Peneliti)

Gondang sebagai sebuah kecamatan yang berada cukup jauh dari pusat kota, terbilang sangat minim dalam penyediaan fasilitas kesehatan. Sebagian besar penduduk yang memerlukan perawatan lebih dari puskesmas akan memilih untuk datang ke Rumah Sakit Umum yang hanya tersedia di Kecamatan Nganjuk dan Kertosono. Berdasarkan data yang terdapat dari Dinas Kesehatan Daerah, untuk Kabupaten Nganjuk pada tahun 2010, terdapat beberapa jenis penyakit yang dari tahun ke tahun selalu menunjukkan angka yang tinggi.

Tabel 4.2.1.3.2

Jumlah Penderita Penyakit Tertentu yang Dirawat di RSUD

Jenis Penyakit	Penderita	Meninggal
Tetanus	39	7
Typhoid Pever	83	-
G.E (Diare)	1098	6
Hepatitis (Lever)	74	1
TBC Paru	492	26

Sumber: RSUD Nganjuk dan Kertosono (diolah kembali oleh Peneliti)

Dari data di atas dapat dilihat bahwa kondisi kesehatan penduduk Kabupaten Nganjuk tidak di dalam angka yang sangat kritis, namun terdapat beberapa jenis penyakit yang setiap tahunnya selalu menunjukkan angka yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa untuk beberapa kasus mengenai kesehatan masyarakat, belum terdapat penuntasan yang total dari pemerintah kabupaten sendiri. Untuk para petani sendiri, kesehatan juga bukan merupakan salah satu kepentingan yang diutamakan di dalam masing-masing keluarganya. Sarana kesehatan di tiap kecamatan yang masih minim pun tidak mendukung penduduk sekitar untuk menjadikan kesehatan sebagai hal yang penting di dalam kehidupannya sehari-hari.

IV.2.1.4 Ekonomi

Seperti yang telah disebutkan di dalam tabel pada bab sebelumnya, Kecamatan Gondang memiliki 4424 Rumah Tangga yang berkediaman di daerah tersebut. Dari data yang dimiliki oleh Dinas Sosial Tenaga Kerja dan Transmigrasi (Dinsosnakertrans), Kecamatan Gondang setidaknya memiliki 12.308 penduduk miskin. Dari total 50.027 penduduk yang dimiliki Kecamatan Gondang, ini berarti sekitar 24% dari penduduk Kecamatan Gondang adalah penduduk miskin. Hal ini diukur dengan menggunakan indikator kemiskinan dimana kemiskinan diukur dengan perbandingan antara penghasilan per kapita dengan pemenuhan kebutuhannya sehari-hari, apakah mencukupi atau tidak.

Namun hasil pengamatan peneliti selama berada di lapangan, penduduk Kecamatan Gondang dapat tergolong tidak mengalami kekurangan yang memprihatinkan. Keadaan rumah tempat tinggal memang dapat dikatakan terdapat beberapa yang bahkan beralaskan langsung dengan tanah. Hanya beberapa yang memiliki kemampuan untuk membangun lantai keramik, namun hal tersebut tampaknya tidak menjadi permasalahan yang dikhawatirkan oleh penduduk sekitar. Pendidikan negeri di daerah tersebut per bulannya tidak mengeluarkan biaya, walaupun masih terdapat pengeluaran-pengeluaran yang harus dikeluarkan seperti uang buku, seragam, dsb. Namun, penduduk juga tidak dapat dikatakan berkecukupan, karena masih banyak yang tidak bisa dilakukan oleh mereka karena alasan biaya. Misalnya, biaya perguruan tinggi. Di samping itu, masih banyak pula penduduk di usia yang sangat tua masih harus bekerja karena kebutuhan rumah tangga yang tidak bisa dihindari. Dalam sisi ini, memang dapat dikatakan penduduk Kecamatan Gondang masih memprihatinkan.

Pertanian merupakan sektor paling utama di Kabupaten Nganjuk, begitu juga dengan Kecamatan Gondang. Namun selain pada sektor pertanian, Kecamatan juga mempunyai sektor industri untuk menunjang kesejahteraan masyarakatnya. Sektor industri yang berkembang di wilayah ini seluruhnya merupakan industri kecil serta kerajinan rumah tangga. Dari sekitar 400 lebih sentra industri kecil tersebut, hanya sebagian kecil yang merupakan industri formal yaitu sebanyak 20 sentra. Sedangkan sisanya sebanyak 398 sentra merupakan industri non-formal.

Tabel 4.8
Industri Kecil dan Kerajinan Rumahtangga Menurut Jenis Hasil Kegiatannya
Kecamatan Gondang Tahun 2010

No.	Jenis Industri	Unit Usaha	Jumlah Tenaga Kerja
1.	Tahu	55	106
2.	Tempe	100	230
3.	Kerupuk	12	30
4.	Rokok	1	7
5.	Open Tembakau	9	68
6.	Roti/Kue	12	39
7.	Klobot Besut	-	-
8.	Anggur Jamu Jawa	7	20
9.	Anyaman	167	325
10.	Grabah/Genteng	-	-
11.	Batu Merah	152	330
12.	Lainnya	79	305

Sumber: Data Diperindagkoptamben Tahun 2010

Data di atas menunjukkan bahwa, seiring perkembangannya, pertanian bukan lagi satu-satunya sektor untuk masyarakat menjalani kehidupan sehari-harinya. Sektor industri pun sudah menjadi salah satu sektor yang mendukung kehidupan ekonomi masyarakat Kabupaten Nganjuk, khususnya untuk masyarakat Kecamatan Gondang. Tumbuhnya industri kecil di Kecamatan Gondang ini terus menunjukkan angka yang meningkat setiap tahunnya. Dari hasil observasi peneliti pun, daerah Kecamatan Gondang memiliki sektor usaha yang tinggi, ditunjukkan dengan adanya usaha kecil seperti tempat-tempat makan, warnet, warung besar, fotokopi, salon dan berbagai jenis usaha lainnya yang dibuka di setiap sudut daerah Kecamatan Gondang.

IV.2.1.5 Pertanian

Kecamatan Gondang merupakan wilayah yang hidup dari sektor pertanian. Kondisi lahan yang tersebar di seluruh wilayah Kecamatan Gondang dapat dikatakan sebagai wilayah yang sangat mendukung majunya pertanian. Di wilayah ini, jenis tanah yang terdapat adalah jenis tanah *aluvial* dan *regosol*. Tanah *aluvial* adalah jenis tanah muda yang terbentuk dari endapan lumpur sungai yang mengendap di dataran rendah. Sifat tanahnya cenderung subur karena masih terdapat banyak kandungan mineralnya merupakan unsur hara dan dapat dijadikan lahan pertanian. Jenis tanah ini cocok untuk menanam bawang merah.

Gambar 4.5
Tanah Aluvial



Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti

Sedangkan tanah regosol adalah tanah yang berasal dari endapan abu vulkanik. Ketika sebuah gunung merapi meletus, maka akan dikeluarkan berbagai material dari dalam perut bumi. Material ini kaya akan zat hara yang penting untuk kesuburan tanah. Karena itu tanah regosol terdapat hanya di daerah yang memiliki aktivitas gunung api. Biasanya, tanah regosol dimanfaatkan untuk pertanian khususnya untuk tanaman padi, tebu, kelapa, tembakau, sayuran, dan palawija.⁷

Jenis tanaman yang menjadi benih tani di lahan tani Kecamatan Gondang pun bervariasi. Padi merupakan komoditas utama yang menjadi unggulan di Kabupaten Nganjuk secara menyeluruh, begitu juga dengan Kecamatan Gondang. Namun, komoditas lain seperti jagung, ketela pohon, ketela rambat, kedelai, kacang tanah, dan sebagainya juga menjadi komoditas yang terdapat di Kecamatan Gondang. Berikut adalah data mengenai luas panen dan produksi berbagai komoditas di Kecamatan Gondang pada Tahun 2010.

Tabel 4.9
Luas Panen dan Produksi Menurut Komoditas
Kecamatan Gondang Tahun 2010

Komoditas	Luas Panen		Produksi	
	Kotor	Bersih	Total Kw	Rata/Rata (Kw/Ha)
Padi Sawah	6174	5902	381,977.44	64.72
Padi Tegal/Gogo	762	728	35,531.68	46.06
Jagung	426	407	25,527.04	62.71

⁷ Direview dari www.aneahira.com (diolah kembali oleh peneliti), diakses pada 27 Mei 2012, pukul 19:49 WIB.

Ketela Pohon	46	44	7,761.32	176.39
Ketela Rambat	-	-	-	-
Kacang Tanah	10	10	370.64	37.06
Kedelai	630	602	11,901.54	19.77
Kacang Hijau	62	59	670.83	11.37

Sumber: Data Dinas Pertanian dalam Nganjuk Dalam Angka Tahun 2011 (diolah kembali oleh Peneliti)

Data di atas memperlihatkan bahwa lahan di Kecamatan Gondang menanam semua jenis komoditas yang ditanam di seluruh Kabupaten kecuali 1 komoditas. Ini dapat diartikan bahwa lahan di wilayah tersebut merupakan lahan yang subur sehingga sangat menyokong sektor pertanian untuk berkembang.

IV.2.1.6 Keagamaan

Dalam bidang keagamaan, terutama untuk sarana dan prasana keibadahan umat beragama, berikut Data Banyaknya Tempat Ibadah di Kecamatan Gondang pada Tahun 2010 berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Nganjuk dalam Nganjuk Dalam Angka Tahun 2011:

Tabel 4.10
Banyaknya Tempat Ibadah di Kecamatan Gondang

No.	Tempat Ibadah	Jumlah
1.	Masjid	47
2.	Langgar	110
3.	Gereja	5
4.	Pura	-
5.	Klenteng	-

Sumber: Nganjuk Dalam Angka Tahun 2011

Ketersediaan fasilitas ibadah ini sesuai dengan mayoritas penduduk Kecamatan Gondang yang memeluk agama Islam. Sangat sedikit yang memeluk agama lain. Terdapat beberapa yang memeluk agama Kristen, sedangkan hampir tidak ada yang memeluk agama Buddha atau pun Hindu.

IV.2.2. Program Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam di Kecamatan Gondang

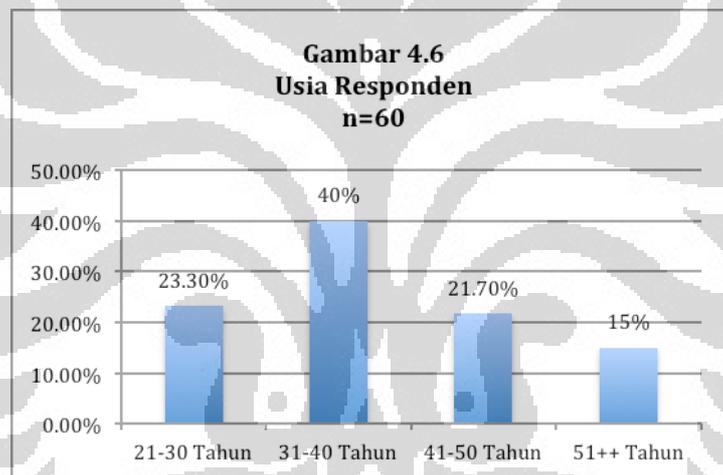
Pada sub-bab ini, peneliti akan menjelaskan mengenai tipologi komunitas petani di Kecamatan Gondang serta program pemberdayaan petani kedelai hitam yang telah berjalan di wilayah tersebut. Untuk di awal sub-bab, peneliti akan menjelaskan terlebih dahulu tipologi komunitas petani dan kemudian dilanjutkan dengan penjelasan mengenai program pemberdayaan petani kedelai hitam.

IV.2.2.1 Tipologi Komunitas

Di bab-ini komunitas yang menjadi target responden penelitian merupakan kelompok petani kedelai hitam dan yang bukan atau tidak pernah menanam kedelai hitam sebelumnya. Perbandingan antara 42 orang petani kedelai hitam, dan 18 orang yang bukan petani kedelai hitam, sehingga total responden yang diambil berjumlah 60 orang petani.

IV.2.2.1.1 Usia

Tipologi pertama yang akan dijelaskan adalah mengenai usia dari pada petani responden. Usia dari petani yang dijadikan responden penelitian berkisar sekitar 21 tahun sampai dengan 65 tahun. Berikut data yang didapatkan di lapangan:

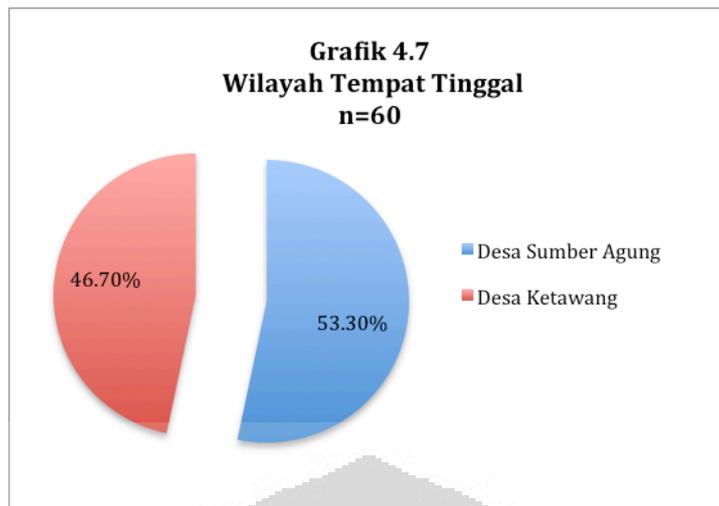


Sumber: Data Penelitian 2012

Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa *range* petani cukup luas, yaitu berada pada usia dari usia 21 tahun sampai dengan umur tertinggi yaitu 65 tahun. Peneliti mengategorikan kelompok usia tersebut menjadi 4 (empat) kategori untuk memudahkan peneliti maupun pembaca untuk memahami data. Dapat dilihat bahwa dari 60 orang total responden, terdapat 23% atau 14 orang dari petani berusia 21-30 tahun, 40% atau 24 orang berusia 31-40 tahun, 21,7% atau 13 orang berusia 41-50 tahun, dan 15% atau 9 orang berusia di atas 50 tahun.

IV.2.2.1.2 Wilayah Tempat Tinggal

Data berikut menunjukkan wilayah tempat tinggal para petani yang dijadikan responden penelitian:



Sumber: Data Penelitian 2012-05-28

Data tersebut menjelaskan bahwa kelompok responden berasal dari 2 (dua) wilayah yang berbeda. Peneliti dengan sengaja memilih desa ini karena di dalam desa inilah terdapat kelompok tani petani kedelai hitam di Kecamatan Gondang. Sehingga petani kedelai hitam dan petani yang tidak menanam kedelai hitam keduanya diambil dari kedua desa ini. Berdasarkan data yang di dapat, peneliti mengumpulkan 53% atau 32 orang petani dari Desa Sumber Agung, sedangkan 46,7% atau 28 orang petani sisanya dari Desa Ketawang. Keduanya berwilayah di Kecamatan Gondang, bahkan berdasarkan peta lokasi, kedua desa ini berbatasan langsung satu sama lain. Kedua desa ini pun mewakili masing-masing kelompok tani yang berbeda, Desa Sumber Agung dengan Kelompok Tani Wira Tani, sedangkan Desa Ketawang dengan Kelompok Tani Bina karya.

IV.2.2.1.3 Kultural

Pada bagian ini akan membahas mengenai salah satu tipologi komunitas yaitu melihat komunitas dari segi agama, bahasa, klaim teritori tanah, orientasi pendidikan, dan orientasi pekerjaan.

Agama

Dari 75 responden petani yang dikumpulkan oleh peneliti, keseluruhannya adalah memeluk agama Islam. Islam memang merupakan agama mayoritas di Kecamatan Gondang dan bahkan di seluruh Kabupaten Nganjuk. Oleh karena itu dari segi fasilitas peribadahan pun di Kecamatan ini sarana ibadah seperti masjid dan

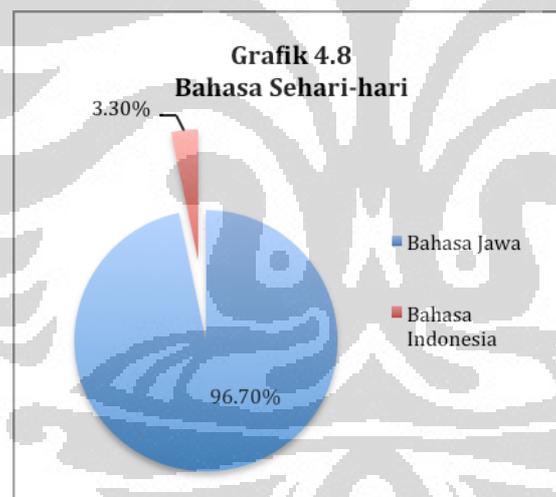
langgar (musholla) tersebar lebih banyak dibanding sarana ibadah untuk penganut agama lain.

Suku Bangsa

Sama seperti penganut agama Islam, data yang di dapat peneliti menunjukkan bahwa dari 70 petani responden yang dikumpulkan oleh peneliti adalah bersukubangsa Jawa. Ini dikarenakan hampir seluruh petani, menurut peneliti adalah penduduk asli Kecamatan Gondang yang telah lahir dan tumbuh di tempat ia bertempat tinggal. Oleh karena itu, tidak ada penduduk pendatang yang menjadi petani di daerah tersebut.

Bahasa

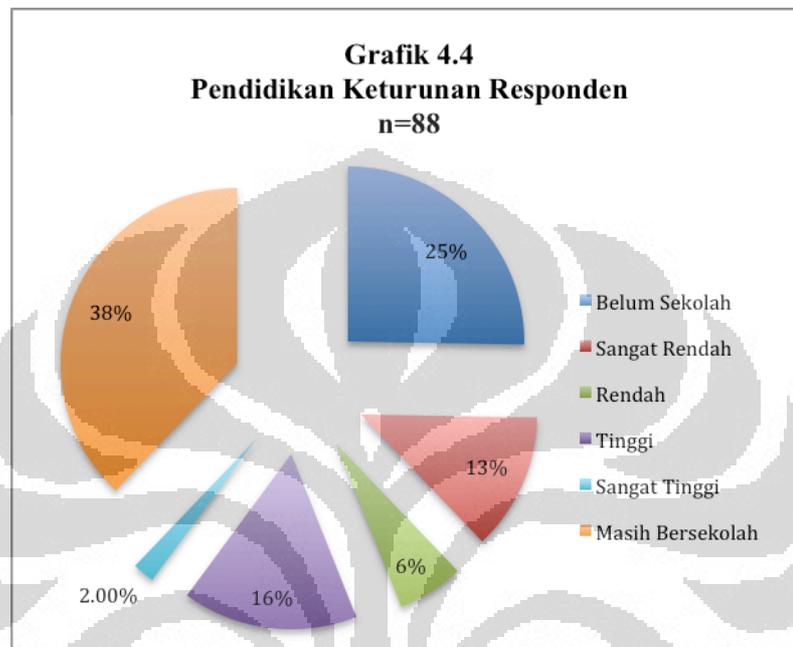
Bahasa merupakan salah satu aspek penting untuk mengetahui budaya dari suatu komunitas. Berikut data yang didapat dari hasil temuan lapangan oleh peneliti.



Data di atas merupakan data yang menunjukkan bahasa sehari-hari yang digunakan petani responden. Ini menunjukkan bahwa kultur Jawa di dalam kehidupan para petani masih sangat tinggi mengingat suku bangsa keseluruhan petani pun memang adalah bersukubangsa Jawa. Bahkan tidak sedikit petani yang kesulitan berbahasa Indonesia, hal ini merupakan hal yang didapatkan peneliti di dalam lapangan. Bahwa Bahasa Jawa masih merupakan bahasa primer atau bahasa utama yang digunakan para petani di Kecamatan Gondang.

Orientasi Pendidikan

Dari hasil data yang ditemukan oleh peneliti, tingkat pendidikan para petani responden bisa dikatakan memang masih relatif sangat rendah (akan dibahas di sub-bab berikutnya). Namun, orientasi pendidikan yang terdapat di dalam masing-masing keluarga para responden bisa dikatakan relatif tinggi. Berikut data yang dapat mempertegas pernyataan tersebut.



Grafik di atas merupakan data yang dikumpulkan dengan kumulasi data pendidikan terakhir keturunan dari petani responden. Angka menunjukkan bahwa memang masih banyak keturunan responden yang berpendidikan sangat rendah, namun hal ini berlaku pada petani responden dengan usia yang lebih tua. Petani dengan usia 21-45 biasanya mempunyai anak yang masih bersekolah, dan beberapa tahun belakangan biaya pendidikan di Kecamatan Gondang di sekolah negeri telah diberikan gratis kepada seluruh penduduk, sehingga permasalahan biaya tidak lagi menjadi kendala para orangtua. Hal itu yang menyebabkan masih data menunjukkan bahwa anak yang masih bersekolah menunjukkan persentase cukup tinggi pada grafik di atas.

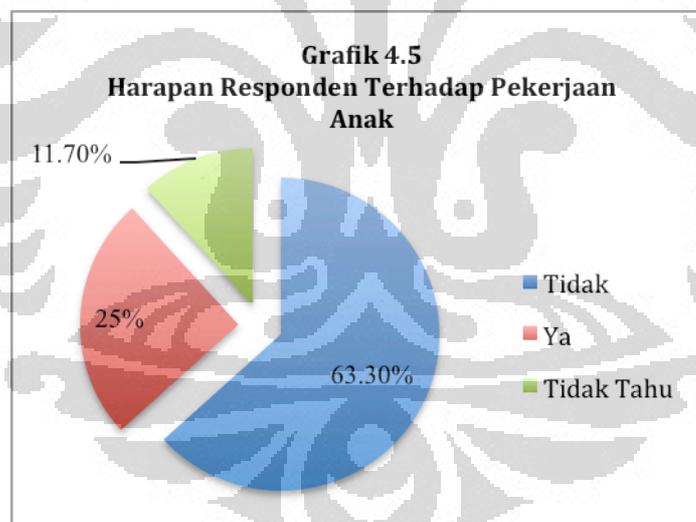
Masih adanya keturunan responden yang berpendidikan rendah ataupun sangat rendah justru mempunyai kecenderungan berusia produktif di atas usia 23 tahun. Ini dikarenakan permasalahan biaya ketika ia di usia sekolah menjadi isu yang dialami penduduk di Kecamatan Gondang. Hal ini diungkapkan oleh salah satu petani,

“petani itu jalannya singkat mba. Biasanya kalo tidak punya uang ya jual lahan, saya dulu mengalami itu. Saya ingin anak saya untuk masih sekolah tinggi, tapi ya uang tidak ada. Yang saya punya cuma lahan, ya dijual. Itu aja mba, ga ada lagi yang bisa diandalkan. Klo skrg mgkn udah enak, wong ya sekolah udah gratis jadi ga perlu pusing sampai anak lulus SMA. Jadi bukannya saya ndak mau anak saya masuk sekolah tapi biayanya itu mba..”

Hal ini setidaknya menunjukkan bahwa orientasi pendidikan keluarga petani responden sangat tinggi karena masih mempunyai harapan untuk menyekolahkan anggota keluarganya setinggi mungkin.

Orientasi Pekerjaan

Untuk melihat orientasi pekerjaan dari komunitas petani responden, peneliti juga melihat hal tersebut dengan menanyakan mengenai apakah responden mengharapkan keluarganya untuk terus hidup di sektor pertanian. Berikut hasil temuan yang didapatkan oleh peneliti.



Dari data di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar dari responden berharap agar keturunannya tidak meneruskan profesia mereka untuk bekerja di sektor pertanian yaitu sebanyak 63,3% atau 38 orang. Sisanya 25% persen atau 15 orang menjawab bahwa mereka mengharapkan keturunannya untuk bekerja di sektor pertanian, dan 11,7% atau 7 orang menjawab tidak tahu. Peneliti juga menanyakan alasan masing-masing jawaban tersebut. Ketika ditanyakan mengenai alasannya masing-masing, hampir seluruh responden yang menjawab ‘tidak’ mengatakan bahwa

mereka berharap anaknya mendapatkan kehidupan yang lebih baik dengan bekerja di sektor lain selain pertanian. Namun juga terdapat 1 responden petani yang tidak menjawab alasannya mengapa ia tidak mengharapkan hal tersebut. Sedangkan untuk responden yang menjawab 'ya', terdapat berbagai variasi jawaban. Mayoritas responden menjawab dengan alasan keturunan mereka lah yang menjadi pewaris lahan tersebut sehingga mereka berharap anaknya untuk melanjutkan lahan tersebut. Sebagian lagi menjawab bahwa petani adalah profesi yang menjanjikan untuk kehidupan keturunannya ke depan. Sedangkan sebagian kecil menjawab sulit untuk mendapatkan pekerjaan yang baik selain dari sektor pertanian.

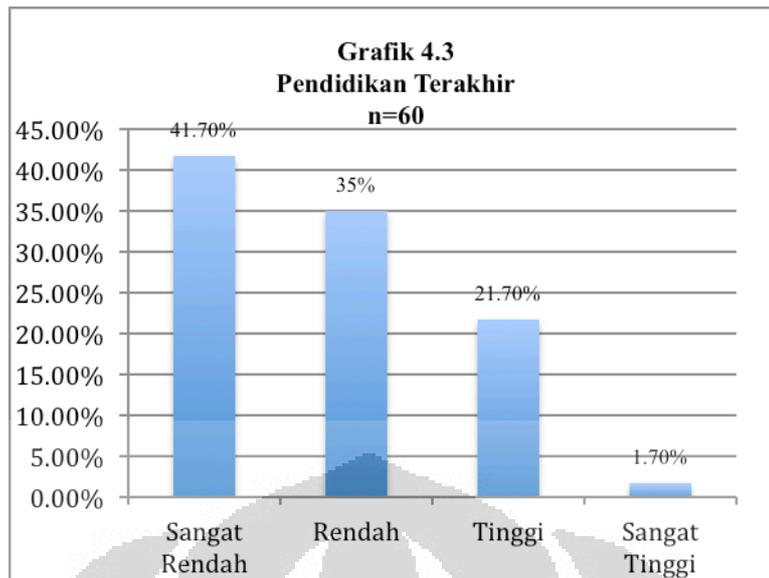
Hal ini pun kemudian dilihat dari sisi lain oleh peneliti bahwa terdapat kecenderungan bahwa besar luas lahan seorang responden akan mempengaruhi pengharapannya terhadap pekerjaan keturunannya. Responden dengan luas lahan yang besar berkemungkinan untuk mengharapkan keturunannya untuk menjawab 'ya', sedangkan sebaliknya untuk responden dengan luas lahan yang kecil akan cenderung menjawab 'tidak'.

IV.2.2.1.3 Struktural

Pada bagian ini, peneliti mencoba untuk melihat komunitas petani secara struktural, yaitu melihat kemungkinan adanya hirarki di dalam komunitas petani. Hal ini akan dicoba dikaji dengan melihat beberapa aspek sosial, yaitu pendidikan, dan kepemilikan tanah.

Pendidikan

Berikut adalah data yang dikumpulkan berhubungan dengan pendidikan terakhir dari para petani responden penelitian:



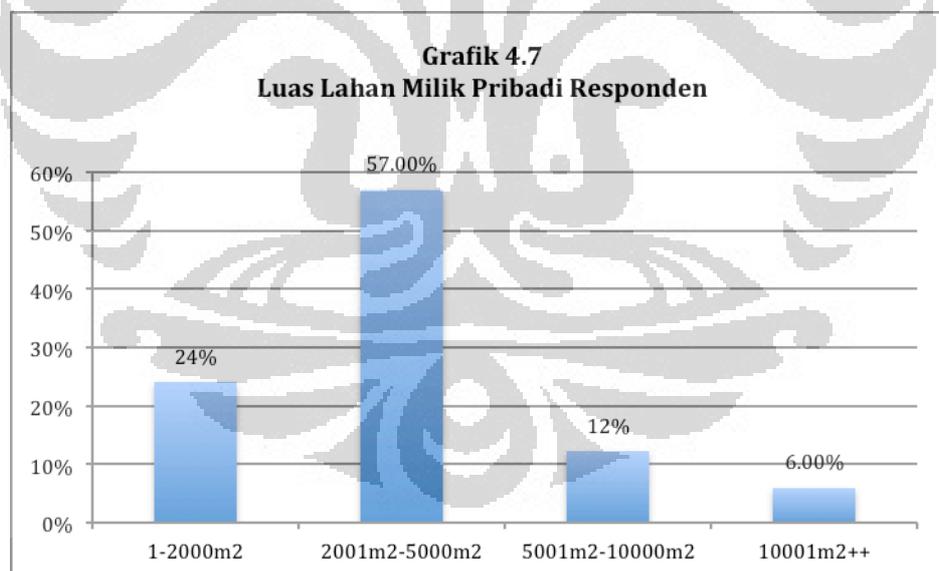
Pada bagian ini, peneliti juga telah mengategorikan kembali data pendidikan terakhir yang didapat dari hasil turun lapangan ke para petani di Kecamatan Gondang. Kategori 'sangat rendah' adalah mereka yang tidak tamat SD dan tamat SD. Kategori rendah adalah untuk tidak tamat SMP dan tamat SMP. Kategori tinggi untuk tidak tamat SMA dan tamat SMA, sedangkan 'sangat tinggi' adalah untuk yang telah lulus akademi dan seterusnya. Dari grafik data di atas, terlihat bahwa mayoritas petani di Kecamatan Gondang berpendidikan sangat rendah, yaitu 41,7% atau 25 orang petani. Kemudian untuk yang berpendidikan rendah sebanyak 35% atau 21 orang petani. Selanjutnya petani dengan pendidikan tinggi sebanyak 21,7% atau 13 orang. Dan terakhir yang berpendidikan sangat tinggi sebanyak 1,7% atau hanya 1 orang petani saja.

Kepemilikan Tanah

Tipologi berikutnya dalam melihat struktur yang mengatur komunitas petani adalah dengan melihat status kepemilikan tanah beserta besaran luasnya masing-masing. Berikut data yang didapat oleh peneliti di lapangan.



Dari data di atas dapat dilihat bahwa 90% atau 54 orang dari responden melakukan kegiatan bertani dengan menggunakan lahan sendiri, atau lahan milik pribadinya masing-masing. Hanya 10% atau 6 orang yang merupakan petani garap, atau petani yang melakukan kegiatan pertaniannya di atas lahan yang ia sewa dari pemilik lahan. *Range* luas lahan yang dimiliki oleh para petani ini sendiri pun cukup lebar, lebih jelasnya akan dijelaskan di dalam grafik di bawah ini.



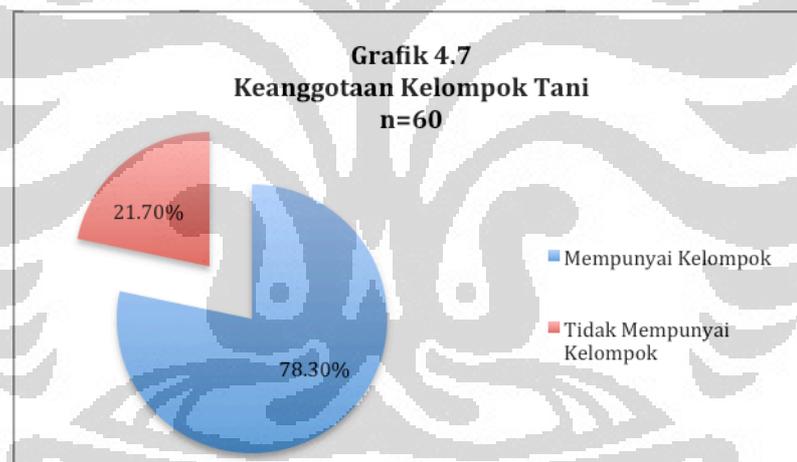
Grafik di atas ini memperlihatkan bahwa variasi luas lahan yang dimiliki oleh petani responden cukup variatif. Pada data yang dikumpulkan oleh peneliti, cakupan besaran luas lahan yang dimiliki oleh petani responden ini berkisar sekitar 200 m² sampai dengan 3 Ha atau 30.000 m². Ini menunjukkan bahwa di dalam komunitas petani sendiri terdapat tingkatan yang cukup besar. Sekitar 24% atau 13 orang petani memiliki lahan seluas 200 m² – 2000 m². Mayoritas petani responden, sekitar 57%

atau 30 orang responden memiliki 2001 m² – 5000 m² lahan. Kemudian sekitar 12% atau 6 orang petani responden memiliki 5001 m² – 10.000 m² lahan. Dan terakhir, terdapat 6% atau 3 orang petani yang memiliki 10.001 m² – 30.000 m² lahan milik pribadi.

IV.2.2.14 Instiusional

Kelompok Tani

Kemampuan suatu individu untuk mampu bekerjasama dengan orang lain dapat dilihat dengan apakah ia mempunyai kelompok dimana di dalamnya terdapat struktur atau tidak. Untuk melihat itu, peneliti kemudian menanyakan kepada petani responden mengenai apakah ia mempunyai kelompok yang berhubungan dengan pekerjaan individunya, yaitu kelompok tani. Berikut hasil data yang di dapat oleh peneliti.

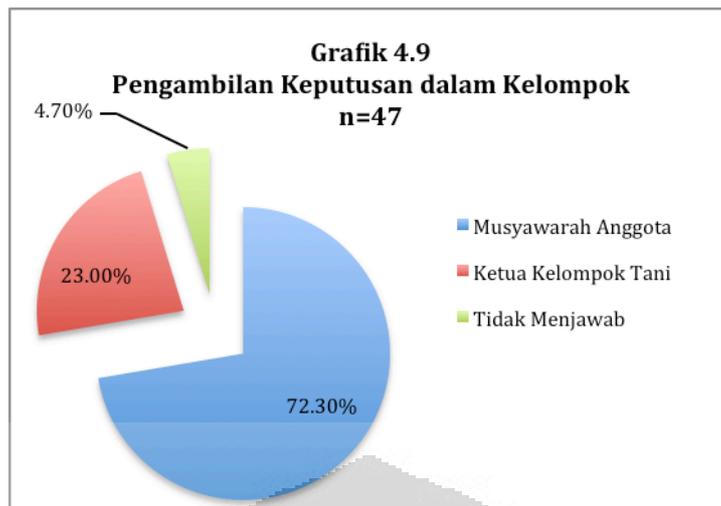


Grafik di atas memperlihatkan bahwa sebagian besar dari responden petani mempunyai kelompok taninya masing-masing, yaitu 78,3% dari responden atau 47 orang responden. Sedangkan 21,7% lainnya tidak mempunyai kelompok tani, atau sebanyak 13 orang responden. Kemudian dari 78,3% responden yang mempunyai kelompok tani ini, peneliti kembali melihat jumlah kelompok tani yang dipunyai oleh satu orang individu responden. Berikut grafiknya.



Setelah dikelompokkan kembali berdasarkan keanggotaan kelompok masing-masing individu, grafik di atas memperlihatkan bahwa sebagian besar petani responden hanya mempunyai 1 kelompok tani, yaitu 59% atau 28 orang responden. Sedangkan 41% lainnya atau sebanyak 19 orang responden memiliki 2 kelompok tani. Terdapat 3 (tiga) kelompok tani yang ada di dalam komunitas petani di Kecamatan Gondang ini adalah Kelompok Tani Kedelai Hitam, individu akan bergabung sesuai dengan daerahnya masing-masing, untuk Desa Sumber Agung adalah (1) Kelompok Tani Wira Tani, sedangkan untuk Desa Ketawang adalah (2) Kelompok Tani Bina Karya. Kemudian di Desa Sumber Agung terdapat pula Kelompok Tani Marsudi Tani yang lebih dulu berdiri di Desa tersebut, kelompok ini terbentuk untuk pertanian komoditas padi.

Untuk melihat struktur di dalam kelompok yang ada di dalam komunitas petani responden peneliti juga menanyakan mengenai pengambilan keputusan di dalam kelompok tersebut. Berdasarkan hasil penelitian, berikut grafik yang akan menjelaskan data tersebut.



Grafik tersebut memperlihatkan bahwa 72,3% dari petani responden yang memiliki kelompok tani, atau sebanyak 34 orang responden merasa bahwa di dalam kelompok taninya segala keputusan diambil bersama dengan musyawarah anggota kelompok. Kemudian 23% lainnya atau sebanyak 11 orang menjawab bahwa keputusan di dalam kelompok ditentukan oleh kelompok taninya masing-masing. Sedangkan sisanya yaitu 4,7% atau 2 orang petani responden tidak menjawab atau tidak tahu di dalam kelompoknya bagaimanakah pengambilan keputusan yang berhubungan dengan kelompok tersebut.

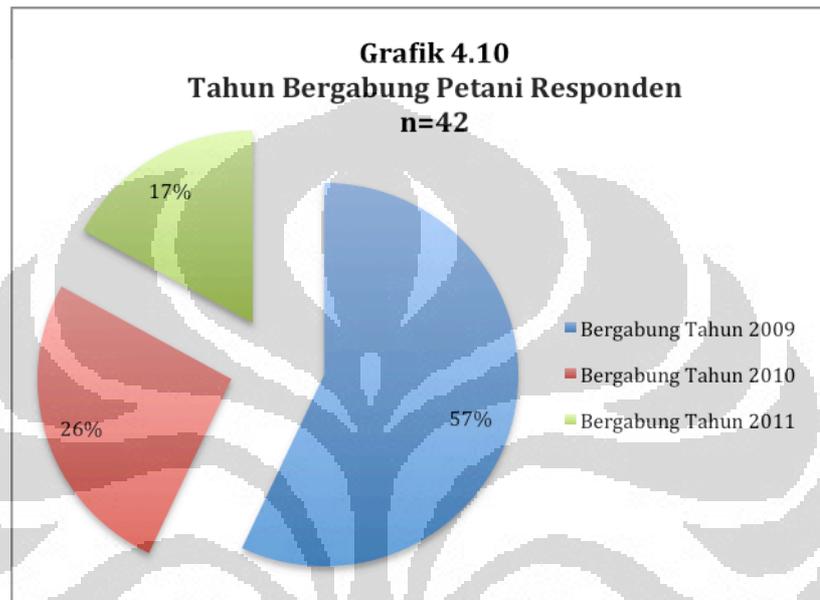
IV.2.2.2 Kegiatan Program Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam

Sebelum adanya program pemberdayaan kedelai hitam yang berjalan di Kabupaten Nganjuk, wilayah ini sebelumnya tidak pernah sama sekali menanam kedelai hitam di lahan para petaninya. Namun semenjak program kedelai hitam mulai masuk pada tahun 2007, Kabupaten Nganjuk menjadi salah satu wilayah unggulan program ini setelah kenaikan produktifitasnya semenjak tahun 2009. Berikut data mengenai perkembangan program di Nganjuk ini.

Tabel 4.11
Data Perkembangan Program Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam
Kabupaten Nganjuk

Thn	Luas Lahan (hektar)	Jumlah Petani	Beneficiaries	Hasil Panen (ton)	Productivity (Panen/Area)	Hasil dikirim ke ULI (ton)
2007	90.39	183	915	98	1.08	88.55
2008	6.86	20	100	4.40	0.64	-
2009	52.72	99	495	34.47	0.65	22.65
2010	288.85	185	925.00	186.63	0.65	140.75

Untuk Kecamatan Gondang, Kabupaten Nganjuk, terdapat 2 (dua) kelompok tani yang menonjol, yaitu kelompok tani Bina Karya dan Wira Tani. Kelompok tani di wilayah Kecamatan Gondang ini mulai berkembang pada tahun 2009 sampai dengan ketika penelitian ini dilakukan. Dari petani responden yang dikumpulkan oleh peneliti, sebagian besar petani bergabung di program kemitraan ini pada tahun 2009. Berikut hasil data responden yang dikumpulkan oleh peneliti.



Grafik di atas menunjukkan bahwa mayoritas petani responden yang merupakan petani kedelai hitam, mulai bergabung dengan kelompok tani pada awal pembentukan kelompok, yaitu pada tahun 2009. Terdapat 57% atau 24 orang yang bergabung pada tahun tersebut. Kemudian sebanyak 26% atau 11 orang bergabung pada tahun 2010, sedangkan 17% atau 7 orang bergabung pada tahun 2011. Dari hasil kuesioner yang disebar, masing-masing individu mengetahui keberadaan program ini dari dua kemungkinan, ditawarkan oleh pihak koperasi langsung atau melalui teman sesama petaninya. Berikut hasil grafik dari pertanyaan tersebut.



Dari data di atas terlihat bahwa untuk para petani responden sebagian besarnya yaitu 69% atau 29 orang mengetahui keberadaan program dengan mendapatkan tawaran langsung dari pihak koperasi, sedangkan 31% atau 13 orang dari teman sesama petani. Selama kelompok tani dimana petani responden bergabung ini berjalan, kedua kelompok ini selalu menunjukkan hasil yang baik di setiap musim tanam. Pada musim tanam terakhir sebelum penelitian ini ditulis, yaitu pada musim tanam Mei-Juli 2011, kedua kelompok berkontribusi besar di dalam hasil panen pada musim tersebut. Berikut data yang didapat oleh peneliti.

Tabel 4.12
Data Hasil Panen Kelompok Tani
Musim Tanam Mei-Juni & Juni-Juli 2011

No	Kelompok Tani	Jlh Petani	Benih (Kg)		Luas Lahan	Hasil Panen	Benih Kembali	Produktivitas
			Awal	Sulam				
1.	Bina Karya 2	94	1372	124.5	30.49	32414	1292	1.07
2.	Sumberagung	59	1034	7	17.6	11375	604.5	0.69

Sumber: Data YUI Tahun 2011

Sistem yang berjalan untuk program pemberdayaan petani kedelai hitam ini pada dasarnya serupa dengan program besar secara meluas di seluruh wilayah. Namun yang membedakannya dengan wilayah lain adalah untuk wilayah Nganjuk, Koperasi Bina Usaha sebagai koperasi yang mengayomi seluruh petani di Kabupaten Nganjuk, memperlakukan sistem kontrak tertulis kepada para petani yang menerima benih kedelai hitam dari koperasi. Sehingga para petani terikat untuk mengikuti prosedur yang dituliskan di dalam kontrak tersebut.

Gambar 4.19
Proses Peminjaman Uang Tunai Kelompok Tani Bina Karya



Sumber: Dokumentasi Peneliti Tahun 2012

Proses kemitraan petani dalam 1 musim tanam yang terjadi di Nganjuk adalah seperti ini, pertama-tama petani akan berkumpul terlebih dahulu dalam 1 kelompok tani, kemudian mereka melakukan pertemuan dan sosialisasi penanaman kedelai hitam. Sosialisasi ini akan diberlakukan di kelompok yang baru terbentuk, meskipun terkadang di kelompok yang lama juga akan diberlakukan sosialisasi kembali tergantung kebutuhannya. Setelah itu, kelompok tani, misalnya Bina Karya Tani Ketawang, sebagai contoh, mempunyai data petani dan luasan tanam yang sekarang disebut sebagai CPCL = Calon Petani Calon Lahan) maka data-data tersebut diajukan kepada Koperasi Bina Usaha sebagai permohonan penanaman dan jumlah kebutuhan benihnya. Data tersebut sebagai acuan/pegangan koperasi dalam menghitung besarnya kebutuhan benih disuatu kelompok dan wilayah. Kebutuhan benih tersebut akan dibatasi sebanyak 40 kg untuk 1 Ha luasan lahan, jika petani mengajukan lebih dari 40kg untuk 1 ha lahan maka koperasi berhak memotong kebutuhan benihnya, hal ini dilakukan sebagai upaya untuk efisiensi benih. Pada permohonan permintaan benih yang diajukan oleh kelompok tersebut, juga disertakan waktu untuk pengiriman

benihnya. Kemudian benih akan dikirimkan pada tempat tertentu yang sudah disetujui oleh koperasi dan kelompok. Pada saat pengiriman benih dari koperasi ke kelompok juga disertakan "Berita Acara Pengiriman Benih" sebagai bukti bahwa koperasi telah melakukan distribusi benih ke kelompok. Setelah benih dikirim ke kelompok, maka kelompok akan mendistribusikan benih tersebut kepada petani berdasarkan data CPCL kelompok tersebut. Pada saat pengambilan benih juga disertakan surat "Perjanjian Jual Beli Kedelai Hitam" antara petani, kelompok dan koperasi sehingga ada keterikatan antara petani-kelompok-koperasi. Perjanjian ini berisikan peraturan-peraturan, spesifikasi harga, cara pembelian dan penjualan, cara pembayaran, dan lain-lain.

Benih yang ditanam petani adalah benih yang dipinjamkan oleh koperasi. Sistem yang digunakan adalah potong hasil panen. Misalnya, petani A menanam kedelai dengan benih 10 kg, hasil panennya 250 kg, maka pada saat pembayaran hasil panen, jumlah yang harus dibayarkan oleh koperasi adalah $250\text{kg} - 10\text{kg} = 240\text{kg}$. Pinjaman yang lain, yaitu berupa pinjaman dana *sebrak'an* (dana talangan panen) dan pinjaman saprodi dalam bentuk pupuk dan obat. Sistem yang digunakan juga sama dengan pinjaman benih, pembayaran pinjaman dilakukan pada saat petani menjual hasil panen kepada koperasi. Pinjaman dana talangan panen, obat dan pupuk ini baru berlaku di beberapa kelompok yang sudah dinilai mantap dan mandiri oleh koperasi, selain itu juga tergantung permintaan petani dalam suatu kelompok apakah memerlukan pinjaman dana, pupuk atau obat.

Kemudian pada saat 2 minggu menjelang panen, kelompok akan mengajukan permintaan dana talangan panen kepada koperasi berdasarkan luasan tanam dan perkiraan hasil panen. Setelah itu koperasi akan memberikan dana talangan kepada kelompok-kelompok yang sudah "dijijinkan" untuk melakukan pembelian kepada petani. Untuk Bina Karya Tani Ketawang dan Wira Tani Sumberagung, kedua kelompok tersebut merupakan salah satu kelompok yang sudah bisa melakukan pembelian secara mandiri kepada petani. Penjualan hasil panen petani dilakukan di rumah ketua kelompok (atau di rumah anggota kelompok yang sudah ditunjuk dan disetujui oleh koperasi). Hasil panen sementara juga disimpan di rumah tersebut sampai terkumpul dan kemudian akan diangkut oleh koperasi untuk dilakukan proses pasca panen sebelum akhirnya kedelai akan dikirim ke pabrik bango. Untuk

kelompok yang belum bisa melakukan pembelian panen petani secara langsung akan didampingi oleh asisten lapang dan perwakilan dari koperasi.

Gambar 4.20
Petani Kedelai Hitam Nganjuk



Sumber: *Journey of Small Actions, Big Difference (10 Years Journey Unilever Indonesia Foundation)*

Biaya yang dikeluarkan petani selama satu proses musim tanam memang tidak sedikit. *Range*-nya bisa sekitar Rp. 500.000,- sampai dengan Rp. 5.000.000,- per musim panen, tergantung komoditas yang ditanam dan luas lahan yang digunakan. Untuk penanaman kedelai hitam yang paling ideal, peneliti membuat perbandingan dengan dibandingkan dengan penanaman kedelai putih di atas 1000 m² lahan. Berikut hasil perbandingannya.

Tabel 4.13
Perbandingan Biaya Produksi Kedelai Hitam dengan Kedelai Putih
Pada Lahan 1000 m²

No	Aspek Produksi	Biaya Kedelai Hitam (Rp)	Biaya Kedelai Kuning
1.	Benih (Rp. 5.000/Kg)	15.000 (3Kg)	25.000 (5 Kg)
2.	Pupuk Urea : 5.0 Kg, @ Rp 1.200 SP36 : 7,5 Kg @ Rp 1.700 KCL : 7,5 Kg @ Rp 1.800	6.000 12.750 13.500	6.000 12.750 13.500
4.	Pestisida	15.000	15.000
5.	Pupuk Pelengkap Cair	14.000	14.000
6.	Pengairan (4 kali)	40.000	40.000
7.	Tenaga Persiapan Lahan 1 HKP Penanaman 5HKP	15.000 62.500	15.000 62.500

	Pemeliharaan 4 HKP	60.000	60.000
8.	Panen dan Pasca Panen	120.000	75.000
Total Biaya		373.750	338.750
Hasil 200 Kg		740.000(@3.700/Kg)	620.000(@3.100/Kg)
Keuntungan		366.250	281.250

Sumber: Mallika: *Jejak Sinergi pada Sebutir Kedelai (Diolah kembali oleh Peneliti)*

Pada tabel perbandingan di atas dapat dilihat bahwa, dengan kondisi terideal dan harga jual terendah komoditas, penanaman kedelai hitam memang jauh lebih menguntungkan dibanding kedelai putih yang merupakan komoditas kompetitif dari kedelai hitam. Dari segi modal biaya, kedelai putih memang lebih rendah daripada kedelai hitam. Ini dikarenakan biaya panen dan pasca panen dari kedelai hitam yang diperkirakan lebih mahal dibanding kedelai putih. Namun untuk harga jual, harga akan ditentukan oleh kualitas dari hasil panen petani tersebut masing-masing. Untuk Musim Tanam terakhir, yaitu Februari 2012, berikut harga jual yang diberlakukan.

Tabel 4.14
Ketentuan Harga Jual Kedelai Hitam

Grade	Spesifikasi			Harga Jual
	Kadar Air	Biji Rusak	Kotoran	
Grade A	11%	3%	3%	Rp 7.000,-
Grade B	13%	4%	6%	Rp 6.000,-
Grade C	14%	5%	9%	Rp 4.500,-
Grade D	14%	10%	10%	Rp 3.000,-
Grade E	> 14%	> 14%	> 10%	< Rp 3.000,-

Untuk para petani kedelai hitam yang menjadi petani responden, luas lahan masing-masing petani terdata mulai dari 1250 m² sampai dengan 3 Ha atau 30.000 m². Ini artinya keuntungan yang didapat pun akan tergantung dari luas lahan yang dimiliki oleh petani tersebut, semakin besar lahannya akan semakin besar pula keuntungan yang ia dapat. Dari yang mempunyai lahan terkecil sampai dengan yang terbesar, keuntungan yang didapat akan tergantung dari kualitas hasil panen petani tersebut, yaitu berkisar dari Rp. 512.750 sampai dengan Rp. 10.987.500 per musim tanam yang adalah sekitar 3-4 bulan.

Gambar 4.21
Panen Raya Petani Kedelai Hitam Nganjuk



Sumber: *Journey of Small Actions, Big Difference (10 Years Journey Unilever Indonesia Foundation)*

Pembelian hasil panen akan dilakukan oleh pihak koperasi sebagai perantara pihak Unilever sebagai koperasi, dengan petani sebagai mitranya. Koperasi yang sebelumnya telah meminjamkan modal akan memotong hasil penjualan tersebut dengan nominal peminjaman yang telah dilakukan tersebut. Namun koperasi menjamin bahwa setiap penyerahan hasil panen yang dilakukan oleh petani akan langsung dibeli dengan uang tunai, jadi petani tidak harus menunggu setelah ia menyerahkan hasil panennya tersebut. Namun terkadang masih terdapat masalah-masalah seperti uang yang tidak langsung turun dari korporasi sedangkan petani sudah mulai menyerahkan hasil panennya. Informan LK, sebagai ketua koperasi mengatakan,

“yah kalo boleh sharing gitu mba, kadang yang suka bikin saya pusing itu klo petani mulai panen ya klo uang dari sananya itu belum turun mba. Pusing saya itu, hahaha. Ya saya harus pinjem sana sini, karna kan memang harus langsung itu petani panen kita langsung beli. Untungnya ada lah beberapa orang yang biasanya klo kekurangan uang dari koperasi itu tidak sungkan untuk istilahnya ya nombokin dulu gitu mba... tapi ya tidak selalu sih, tapi ya pernah lah mba hehe”

Koperasi sendiri untuk tetap berjalan tentunya memerlukan biayanya sendiri, oleh karena itu biasanya sebagai keuntungan koperasi akan menjual hasil panen per kg Rp. 100,- lebih mahal kepada pihak Unilever.

Kemudian setelah proses panen sudah selesai, maka tiba waktunya untuk masa sortasi. Tahap ini adalah tahap dimana keseluruhan hasil panen akan disaring untuk dijual kepada pihak Unilever. Musim sortasi kedelai hitam dapat memakan waktu sekitar 3-4 bulan untuk menyelesaikan semua hasil kedelai hitam yang dihasilkan oleh petani. Proses ini dilakukan oleh para perempuan yang ada di Kecamatan Gondang itu sendiri. Mereka kebanyakan adalah para istri para petani, namun tidak menutup juga yang bukan dari keluarga petani ikut berpartisipasi dalam kegiatan ini. Para perempuan sortasi ini pun bergabung di dalam kelompoknya masing-masing dan melakukan kegiatan sortasi bersama-sama. Per kg yang mereka hasilkan dapat dibayar seharga Rp 250,- sampai dengan Rp 500,- tergantung kepada hasil panen pada musim sortasi tersebut. Ketika hasil sedang jelek, maka upah yang mereka terima akan semakin tinggi, dan sebaliknya.

Salah satu istri petani yang ditemui oleh peneliti ketika ditanyakan mengenai *euforia* sortasi di Kecamatan Gondang menjawab,

“Disini kita pada males sih mba sortasi itu. Soalnya kita juga banyak kegiatan, bukan kosong ga ngapa-ngapain mba. Dan sortasi itu capek loh mba, satu-satu harus diliatin hahaha. Bayarannya sedikit pula, ga seimbang sama tenaga yang dikeluarin hahaha. Jadi ya ga terlalu antusias juga, mending bantuin suami aja hahaha”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa tidak semua perempuan antusias dengan adanya musim sortasi, walaupun kegiatan ini dapat menghasilkan tambahan penghasilan di dalam keluarga. Namun tidak semua perempuan beranggapan yang sama seperti informan sebelumnya, terdapat juga beberapa yang antusias dengan adanya musim sortasi karena adanya tambahan pendapatan untuk keluarganya. Pendapat ini biasa dikemukakan oleh keluarga petani yang lebih rendah, sedangkan keluarga petani yang lebih tinggi akan tidak merasa seantusias itu terhadap musim sortasi kedelai hitam.

Segala proses yang berhubungan dengan pertanian kedelai hitam, yaitu dari tahap penanaman sampai dengan pasca panen, petani selalu didampingi oleh para Asisten Lapangan (Aslap) yang bertanggung jawab atas daerahnya masing-masing. Untuk di Kabupaten Nganjuk, Aslap yang bertugas ada sebanyak 3 (tiga) orang. Karena masing-masing kelompok tani di satu wilayah akan menanam di waktu yang berbeda-beda sehingga para Aslap akan bergantian fokus dari wilayah satu ke wilayah lainnya. Aslap bertugas untuk menjadi pendamping para petani di lahan mereka,

memberikan arahan, serta mengawasi para petani secara intensif sehingga segala perkembangan dari setiap petani dapat diawasi oleh para Aslap.

Kemudian selama musim tanam tersebut, terdapat pula pembelajaran untuk petani mengenai pertanian yang dinamakan dengan Sekolah Petani (SP). SP ini berlangsung setiap Musim Tanam Juni, namun juga bisa diadakan di MT Februari atau MT September, tergantung luasan tanam dan kelompok mana yang akan diberikan program SP), dan untuk tahun 2012 ini ada 3 SP yang diadakan di Nganjuk. SP merupakan program kerjasama Yayasan FIELD Indonesia dengan YUI yang ditujukan kepada petani binaan koperasi. Proses SP belajar di alam, misalnya di kelompok Bina Karya Tani Ketawang, tahun 2011 kemarin terdapat 1 SP yang dilaksanakan di daerah tersebut.

Gambaran proses SP adalah sebagai berikut. Dalam 1 kelompok tani dipilih 25 orang petani yang bersedia belajar bersama dalam budidaya kedelai hitam, kemudian ada 2 orang yang berperan sebagai Petani Pemandu (PP) yang sebelumnya sudah diberikan pelatihan (TOT) oleh Yayasan FIELD Indonesia. Jumlah peserta totalnya adalah 27 orang. Kemudian mereka akan berkumpul untuk menentukan beberapa kesepakatan, mengenai waktu belajar, hari, tempat belajar, materi, dan sebagainya. SP terdiri dari 14 kali pertemuan yang dilaksanakan selama 14 minggu dalam 1 musim tanam kedelai hitam. Kelompok SP mempunyai lahan belajar sebagai tempat untuk mempraktekkan apa yang ingin mereka ketahui dan pelajari, bisa mengenai jarak tanam, jumlah benih per lubang tanam, percobaan pupuk, aplikasi pestisida dll yang berhubungan dengan budidaya kedelai hitam. Setiap minggu dilakukan pertemuan, dimana biasanya dimulai pukul 7 pagi untuk pengamatan di lahan belajar, kemudian setiap kelompok akan mencatat dan menggambar hasil temuan di lahan belajar tersebut dalam lembaran kertas plano yang nantinya akan dipresentasikan di kelompok SP. Biasanya 1 kelompok SP terdiri dari 5 kelompok kecil. Dan dalam proses presentasi juga ada proses diskusi diantara kelompok-kelompok kecil tersebut.

BAB V

ANALISA

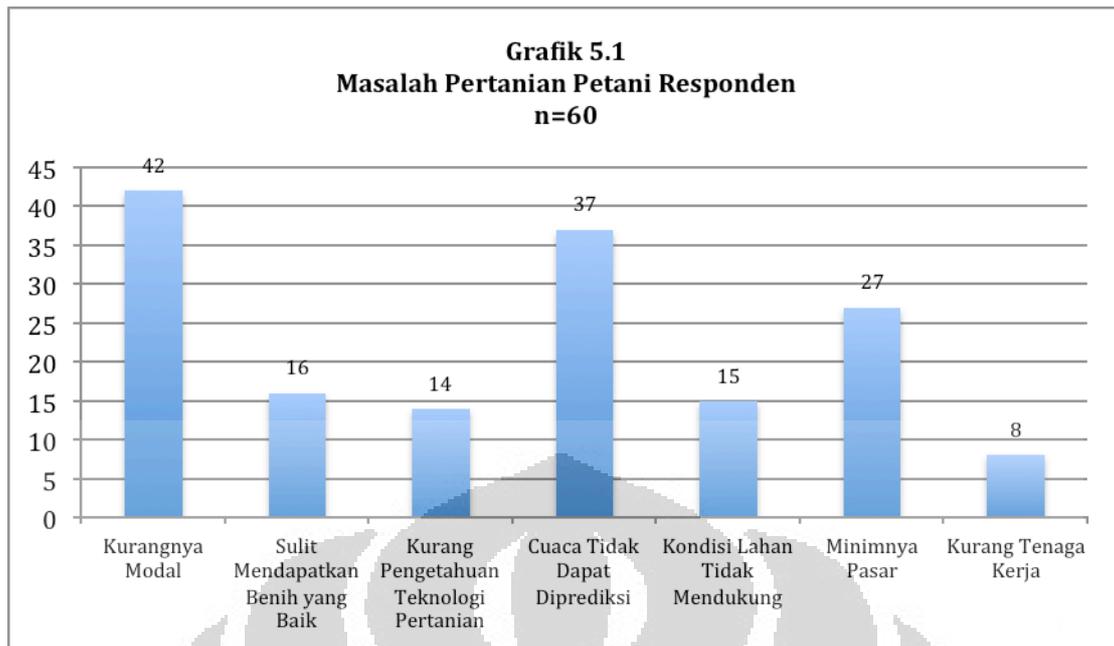
Pada Bab V ini, peneliti akan mencoba untuk menganalisa temuan data yang ditemukan di lapangan dengan konsep yang dijadikan kerangka berpikir penulisan evaluasi program pemberdayaan petani kedelai hitam di Kecamatan Gondang, Kabupaten Nganjuk ini.

V.1 Evaluasi Program

Di dalam sub-bab ini, peneliti akan mencoba untuk mengevaluasi secara umum Program Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam dengan menggunakan 6 (enam) kategori yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, yaitu (1) Relevansi; (2) Efektivitas; (3) *Impact*; (4) Efisiensi; (5) Keberlanjutan; dan (6) Replikabilitas.

V.1.1 Relevansi

Relevansi menekankan pada apakah program tersebut tertuju pada masalah yang menjadi prioritas dari target program tersebut, yaitu kepada para pemegang kepentingan yang aktual maupun potensial. Oleh karena itu, untuk mengkaji mengenai relevansi ini diperlukan pendataan terlebih dahulu mengenai permasalahan pertanian yang dihadapi oleh para petani di Kecamatan Gondang itu sendiri. Di dalam hasil kuesioner yang disebarikan kepada para petani, peneliti menanyakan mengenai permasalahan utama yang dihadapi oleh para petani sehubungan dengan kegiatan pertaniannya. Berikut hasil yang didapat berdasarkan jawaban para petani responden.



Data ini didapat dari para petani responden yang merupakan petani kedelai hitam dan yang bukan petani kedelai hitam. Berdasarkan grafik di atas dapat dikatakan bahwa permasalahan kurangnya modal merupakan masalah utama yang dihadapi oleh para petani responden, kemudian dilanjutkan dengan faktor cuaca yang tidak dapat diprediksi, minimnya pasar sebagai sarana penjualan hasil panen petani, sulitnya mendapatkan benih yang baik untuk ditanam, kondisi lahan yang tidak mendukung, kurangnya pengetahuan petani mengenai pertanian serta teknologi yang berhubungan, dan terakhir kurangnya tenaga kerja yang dapat dipekerjakan untuk mengelola lahan para petani.

Apabila disesuaikan dengan cakupan program pemberdayaan petani kedelai hitam ini, program cukup memberikan solusi atas beberapa masalah mendasar pertanian para petani seperti kurangnya modal, sulitnya mencari pasar dengan harga beli tinggi untuk menjual hasil benih, benih unggul yang sulit diperoleh, kurangnya pengetahuan petani tentang teknologi pertanian terkini, serta tenaga kerja yang minim untuk membantu para petani mengelola lahannya. Adanya sistem pinjaman modal di awal periode musim tanam membantu petani untuk menjalankan lahannya, ini termasuk juga biaya untuk memberi upah tenaga kerja para buruh tani yang dipekerjakan oleh petani pemilik lahan.

Sulitnya mencari benih unggul dengan harga terjangkau juga telah dibantu dengan adanya sistem pinjaman benih yang diberikan oleh koperasi kepada setiap petani. Para petani pun diberikan pengetahuan mengenai cara menanam, merawat, sampai dengan memanen menggunakan bibit unggul kedelai hitam ‘Mallika’ tersebut. Ini juga sesuai dengan permasalahan petani mengenai ketertinggal pengetahuan mereka mengenai ilmu-ilmu pertanian yang berkembang. Dengan adanya program seperti Sekolah Tani serta pendampingan oleh para Aslap dapat meningkatkan pengetahuan petani mengenai solusi-solusi dari permasalahan yang ia hadapi di lahannya, seperti pemilihan pupuk yang baik, sampai dengan cara pembantasan hama yang menyerang tanamannya.

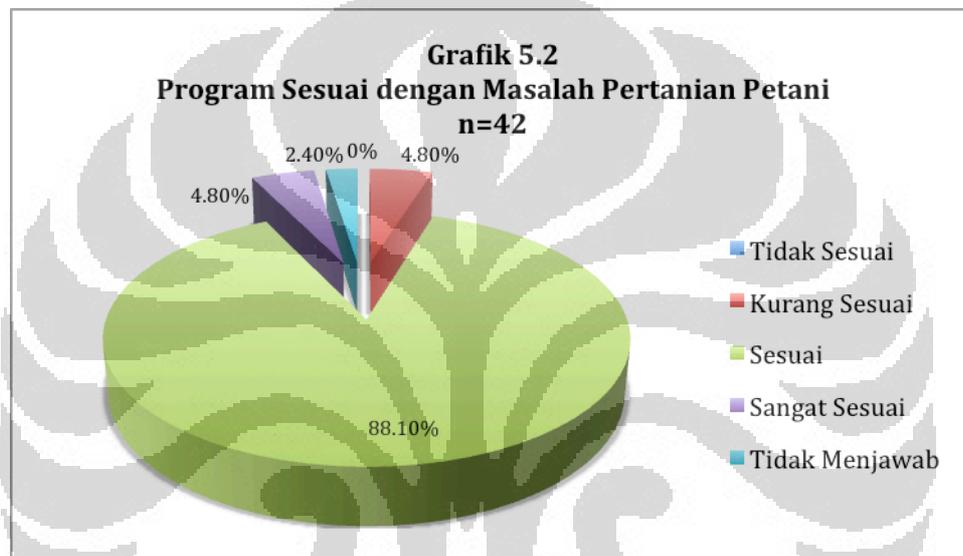
Mengenai pasar atau sarana penjualan hasil panen para petani, kesulitan yang dijumpai para petani adalah untuk mencari pasar dengan harga beli yang tinggi. Informan HY, salah satu ketua kelompok di Kecamatan Gondang mengatakan,

“Jadi mba, sebelum ada program kedelai hitam ini, sama sekali ndak ada itu petani kita yang menanam kedelai hitam. Adanya kedelai kuning, dan memang harga jualnya bisa lebih mahal daripada kedelai hitam. Bisa selisih sampai lima ratus rupiah mba. Jadi klo kedelai hitam itu 6000 per kilo, kedelai putih itu bisa sampai 6500 per kilonya. Tapi masalahnya adalah misalnya petani bareng-bareng ayo kita nanem kedelai putih, itu nanti harga jualnya pasti turun karna hasilnya banyak. Tapi klo yg nanem sedikit, pasti harganya tinggi. Nah dengan adanya patokan harga dari program kedelai hitam ini membuat petani kita itu setidaknya lega untuk satu musim tani karna sudah tau harga jualnya nanti paling engga walaupun tidak terlalu tinggi, tapi paling tidak sudah pasti untung gitu mba. Itu yang menjadi nilai plus program yang membuat para petani tertarik ketika saya tawarkan untuk menanam kedelai hitam ini mba.”

Dari pernyataan informan HY tersebut dapat dilihat bahwa petani sering menghadapi dilemma apabila menanam suatu komoditas bersama-sama yang akan menghasilkan hasil panen yang banyak, yaitu harga jualnya yang akan menurun. Ketika dihadapkan dengan program kemitraan petani kedelai hitam, adanya sistem kontrak yang

menjamin stabilnya harga beli dari koperasi kemudian memudahkan petani untuk menjual hasil panennya dengan harga yang cukup tinggi.

Dilihat dari cakupan implementasi program terhadap masalah yang dihadapi petani di dalam kehidupan pertaniannya, program dilihat sudah dapat menyentuh berbagai permasalahan-permasalahan tersebut. Para petani kedelai hitam yang menjadi responden penelitian sempat juga ditanyakan mengenai apakah memang program ini secara umum sesuai dalam memecahkan masalah pertanian yang dihadapi olehnya. Berikut hasil yang telah dikumpulkan.

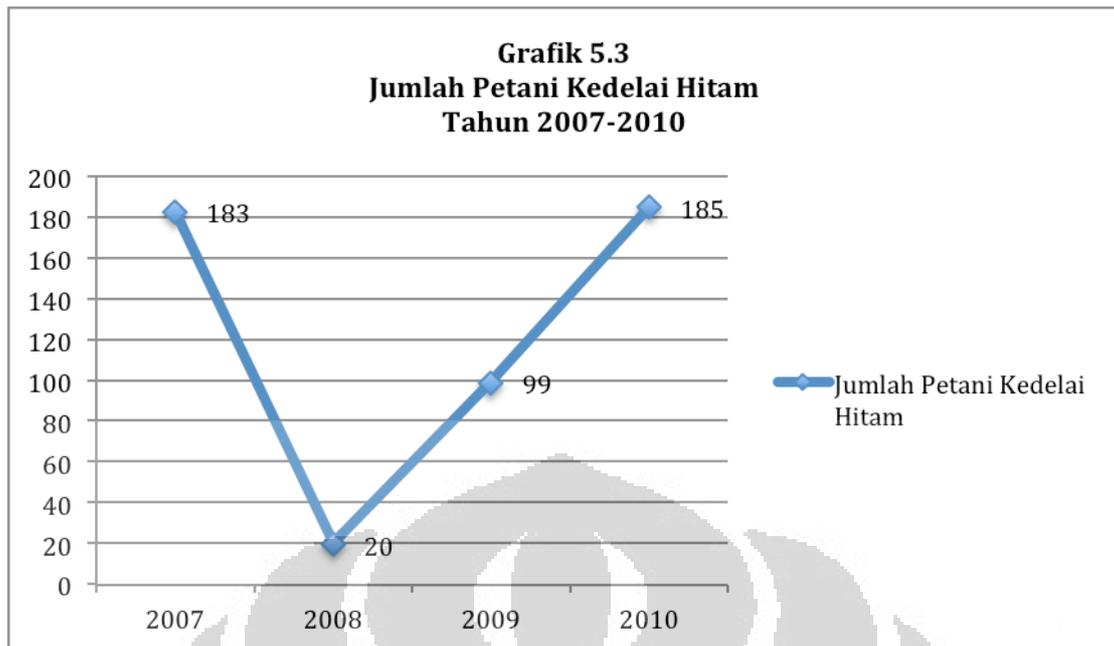


Dari grafik di atas, terlihat bahwa sebagian besar petani kedelai hitam responden merasa bahwa program kemitraan sesuai dengan masalah pertaniannya, yaitu sebesar 88,1% atau 37 orang. Kemudian terdapat masing-masing 4,8% atau 2 orang yang menjawab kurang sesuai dan tidak sesuai, sedangkan 2,4% atau 1 orang tidak menjawab dan tidak ada responden yang menjawab 'tidak sesuai'. Sehingga dapat disimpulkan bahwa para petani kedelai hitam merasa bahwa program kemitraan yang dimana mereka ikut berpartisipasi, sesuai dalam memecahkan masalah pertanian yang mereka hadapi.

V.1.2 Efektifitas

Peningkatan Jumlah Petani Kedelai Hitam

Peningkatan jumlah petani kedelai hitam untuk Kabupaten Nganjuk dapat dilihat di dalam grafik di bawah ini.

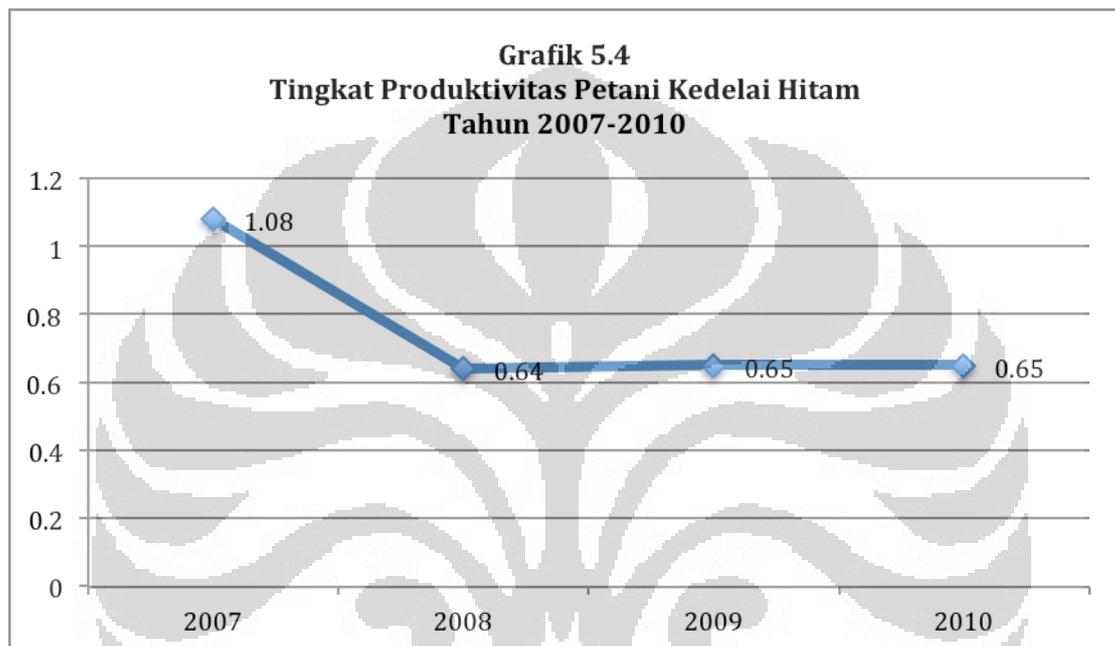


Dari grafik di atas terlihat bahwa program memulai implementasinya dengan angka yang tinggi, namun sempat mengalami anjlok pada tahun 2008. Adanya penurunan drastis dari tahun 2007 dengan jumlah petani sebanyak 183 orang menjadi 20 orang pada tahun 2008 ini disebabkan adanya serangan hama pada tahun 2008 yang menyebabkan banyak lahan yang tidak dapat digunakan untuk menanam komoditas apa pun pada tahun tersebut. Namun setelah peristiwa tersebut, program mulai secara statis meningkatkan kembali partisipannya sampai dengan tahun 2010 sudah mencapai titik awal saat program pertama kali masuk di Kabupaten Nganjuk pada tahun 2010.

Dilihat dari perbandingan angkanya dari tahun 2008 sampai dengan 2010, jumlah petani kedelai hitam selalu meningkat lebih dari 100% setiap tahunnya. Peneliti melihat bahwa sebagian besar petani responden yang ikut menanam kedelai hitam pada tahun sebelumnya, akan kembali untuk menanam kedelai hitam pada musim tani berikutnya. Ini menunjukkan bahwa untuk beberapa tahun terakhir, dinamika yang diimplementasikan di dalam program masih menarik petani untuk tetap menanam kedelai hitam di setiap musim tanam kedelai hitam di setiap tahun. Adanya perubahan-perubahan implementasi yang diberlakukan di dalam program menunjukkan bahwa program sampai ketika penulisan ini ditulis, tidak bersifat monoton, sehingga petani tetap mendapatkan sesuatu yang baru selama mereka berpartisipasi di dalam program kemitraan ini.

Produktivitas

Produktivitas petani kedelai hitam merupakan hasil perbandingan jumlah area lahan yang ditanami kedelai hitam dibagi dengan hasil panen yang didapat pada tahun tersebut. Ini digunakan untuk melihat rata-rata kemampuan petani di satu daerah untuk menghasilkan hasil tanamnya. Untuk melihat tingkat produktivitas tiap tahun para petani kedelai hitam, akan dijelaskan dengan melihat grafik di bawah ini.



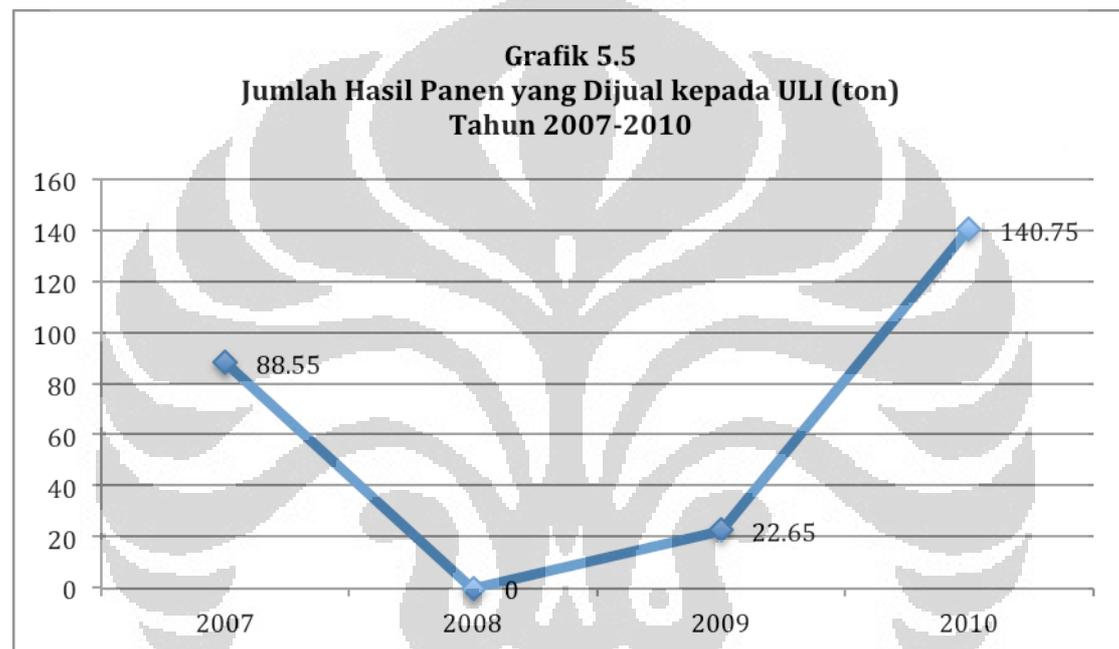
Dari grafik di atas, dapat dilihat bahwa sejak tahun 2008, produktivitas petani bertahan pada titik 0,64 – 0,65 selama tiga tahun berturut-turut padahal pada awal program diimplementasikan di Nganjuk, produktivitas ini berada pada titik 1,08. Apabila dibandingkan dengan data keseluruhan program di berbagai area, sejak tahun 2007 sampai dengan 2009, petani kedelai hitam Nganjuk selalu menunjukkan produktivitas yang berada di atas rata-rata kabupaten lainnya. Namun pada tahun 2010, produktivitasnya berada di titik rata-rata seluruh kabupaten yaitu 0,64, dimana produktivitas Nganjuk pada tahun tersebut adalah 0,65.

Ini menunjukkan bahwa produktivitas daerah ini mengalami stagnansi sejak tahun 2008 sampai dengan tahun 2010 tanpa ada peningkatan produktivitas walaupun peningkatan jumlah petani partisipannya menunjukkan peningkatan yang sangat tinggi di setiap tahunnya. Artinya, peningkatan jumlah petani kedelai hitam ini tidak

diikuti dengan peningkatan produktifitas petaninya yang tidak mengalami peningkatan sejak tahun 2008 sampai dengan tahun 2010.

Kualitas Benih

Untuk mengukur kualitas benih yang dihasilkan petani kedelai hitam, peneliti melihatnya dari jumlah kedelai hitam yang dijual kepada pihak Unilever Indonesia, dimana kedelai hitam ini merupakan bibit unggul ‘Mallika’. Grafik di bawah akan menunjukkan tingkat kualitas benih dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2008.



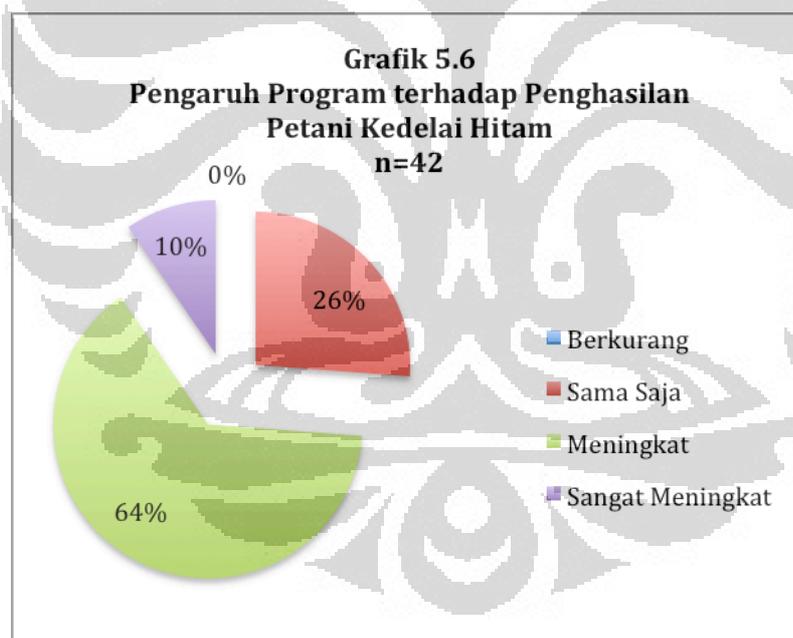
Dari grafik di atas menunjukkan bahwa setiap sejak tahun 2009 sampai tahun 2010 peningkatan kualitas benih di Kecamatan Nganjuk mengalami peningkatan yang drastis yaitu dari hanya 22,65 ton meningkat menjadi 140,75 ton. Tahun 2008 memang menunjukkan angka yang anjlok, hal ini disebabkan oleh adanya wabah hama yang menyerang Nganjuk pada saat itu sehingga hasil tidak ada yang bisa dijual kepada pihak Unilever Indonesia. Namun setelah itu kualitas kembali meningkat sampai dengan tahun 2010.

Apabila dibandingkan dengan daerah lain, pada tahun 2009 hasil yang dijual kepada Unilever Indonesia dari petani Kabupaten Nganjuk berada sedikit di atas rata-rata daerah lain yang menjual hasil panennya kepada Unilever Indonesia. Pada tahun tersebut, terdapat 6 dari 7 daerah yang menghasilkan komoditas ‘Mallika’, dan rata-

ratanya menjual sekitar 20,76 ton, dan pada tahun itu Kabupaten Nganjuk menjual sekitar 22,65 ton. Sedangkan pada tahun 2010, hasil yang dijual kepada Unilever Indonesia dari Nganjuk mengalami peningkatan dimana hasilnya berada jauh di atas rata-rata. Terdapat 5 dari 6 kabupaten yang menanam kedelai hitam, dan rata-ratanya menjual sekitar 99,21 ton, dan petani kedelai hitam Kabupaten Nganjuk pada saat tersebut menjual 140,75 ton.

Peningkatan Penghasilan Petani Kedelai Hitam

Salah satu tujuan dari adanya implementasi program kemitraan ini adalah untuk meningkatkan kesejahteraan petani kedelai hitam yang salah satunya ada dengan usaha untuk meningkatkan pendapatan para petani kedelai hitam dari sektor pertaniannya. Berikut grafik yang menunjukkan data peningkatan pendapatan petani kedelai hitam saat ditanyakan mengenai pengaruh program terhadap pendapatan pertaniannya.



Berdasarkan grafik di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas petani responden, yaitu 64% atau sebanyak 27 orang merasa bahwa program telah meningkatkan penghasilan mereka di sektor pertanian. Kemudian terdapat 26% atau 11 orang responden yang merasa penghasilannya tidak meningkat, atau sama saja. Sedangkan sisanya yaitu sebanyak 4 orang atau 10% dari total responden merasa pendapatannya sangat meningkat setelah berpartisipasi di dalam program kemitraan, dan tidak ada

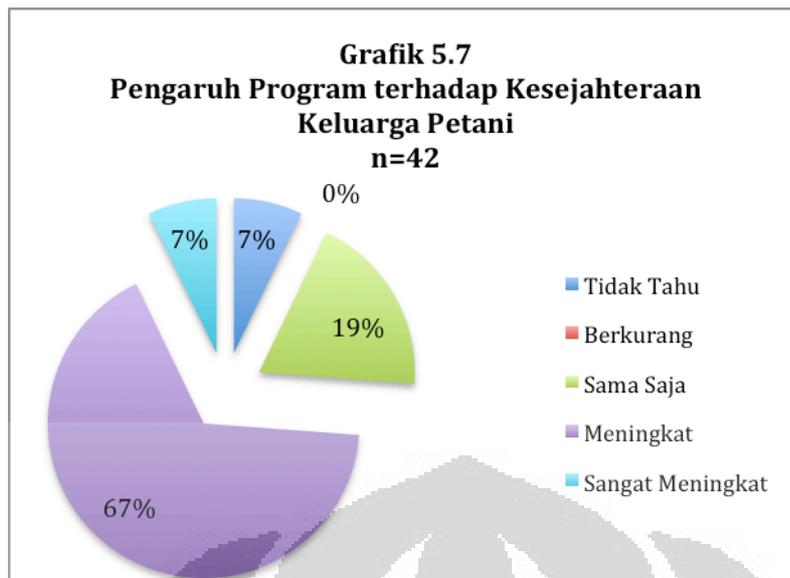
responden yang merasa penghasilannya berkurang setelah mengikuti program kemitraan.

Hasil observasi peneliti melihat bahwa adanya program kemitraan ini membantu petani untuk memudahkan para petani di sektor pekerjaannya. Yaitu memudahkan petani untuk mencari bibit yang baik, kemudian peminjaman pupuk, sampai dengan petani yang tidak harus sulit mencari tengkulak atau pedagang untuk menjualkan hasil panennya. Peningkatan penghasilan mungkin tidak signifikan untuk setiap petani, namun adanya manfaat yang diterima tentunya akan dirasakan oleh setiap petani yang mengikuti program secara aktif. Kemudian adanya peningkatan penghasilan akan tergantung dari hasilnya masing-masing, sehingga program tetap mendorong petani untuk berusaha sendiri namun dengan bantuan-bantuan yang bisa diberikan. Oleh karena itu, peningkatan yang signifikan akan dirasakan oleh mereka yang melakukan kegiatan pertaniannya dengan baik. Walaupun hasil ini akan ditentukan oleh faktor-faktor alami seperti cuaca dan kondisi lahan yang digunakannya, namun sebagian besar pengaruhnya datang dari usaha masing-masing petani sendiri.

V.1.3 Impact

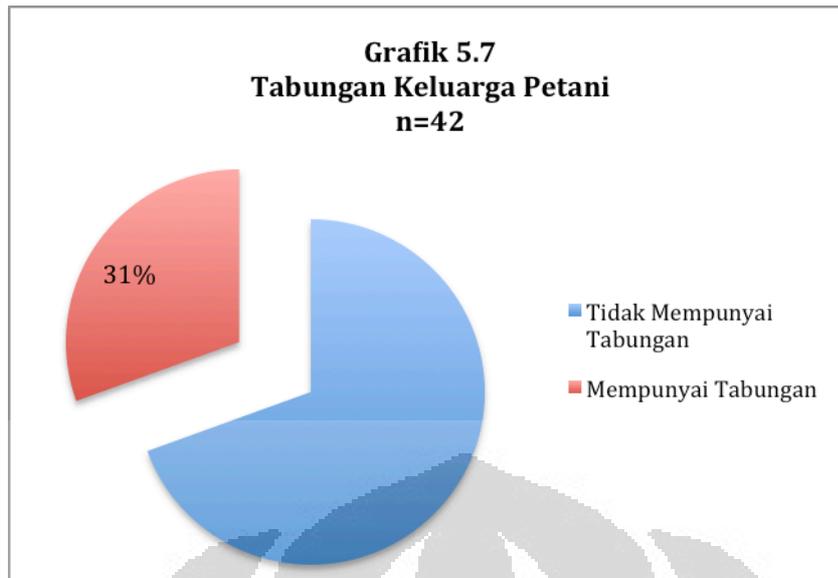
Peningkatan Kesejahteraan Keluarga Petani Kedelai Hitam

Adanya peningkatan pendapatan petani kedelai hitam tentunya diharapkan dapat menghasilkan adanya peningkatan kesejahteraan keluarga para petani kedelai hitam itu sendiri. Berdasarkan hasil kuesioner, berikut data yang didapat ketika para petani ditanya mengenai pengaruh program terhadap kesejahteraan keluarganya.



Dapat dilihat dari grafik di atas bahwa sebagian besar petani responden yaitu 67% atau 28 orang merasa kesejahteraannya meningkat setelah menanam kedelai hitam. Kemudian terdapat 8 orang atau 19% yang menjawab kesejahteraannya sama saja dengan ketika tidak menanam kedelai hitam, dan terdapat 3 orang atau 7,1% yang menjawab kesejahteraan keluarganya sangat meningkat. Sedangkan tidak ada yang menjawab kesejahteraan keluarganya berkurang sejak menanam kedelai hitam, dan terdapat 3 orang yang menjawab tidak tahu. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa peningkatan kesejahteraan keluarga petani kedelai hitam meningkat setelah adanya program kemitraan ini.

Namun memang melalui observasi peneliti melihat bahwa signifikan peningkatan ini tidak terlihat secara kasat mata. Masih banyak yang memprihatinkan dari keadaan ekonomi para petani kedelai hitam. Peningkatan pendapatan mungkin dihasilkan, namun kemampuannya untuk mengatur keuangan dalam jangka panjang masih diragukan. Sebagai salah satu indikator dalam melihat kemampuan keluarga untuk menjamin stabilnya sebuah keluarga dalam jangka panjang adalah dengan melihat apakah keluarga tersebut dapat memiliki tabungan keluarga.



Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar petani, yaitu 69% atau 29 orang petani tidak mempunyai tabungan keluarga. Bahkan sebagian besar dari mereka belum pernah sama sekali mempunyai tabungan keluarga. Sedangkan terdapat 31% atau 13 orang yang mempunyai tabungan keluarga dan masih menyimpan tabungan tersebut sampai ketika penelitian ini ditulis. Hal ini memperlihatkan bahwa kesejahteraan petani tidak bersifat jangka panjang. Sedangkan kecenderungan petani untuk menjual lahan ketika ada pengeluaran yang harus dikeluarkan sangat tinggi. Ini tentunya dapat menyebabkan penghasilan pertaniannya yang menurun atau bisa hilang sama sekali.

Untuk petani yang mempunyai tabungan, tabungan ini biasa digunakan justru untuk kebutuhan-kebutuhan primer keluarga sendiri. Misalnya biaya pendidikan, cicilan motor, sampai kepada biaya sehari-hari yang tidak terpenuhi menggunakan penghasilan utamanya. Tidak sedikit pula yang menghabiskan tabungannya untuk biaya pertaniannya, bisa digunakan ketika awal musim tanam atau ketika musim panen dimana biaya biasanya tergolong paling tinggi dibandingkan untuk keperluan biaya tanam. Apabila petani mulai kehabisan aset yang bisa dijual seperti kendaraan atau hewan ternak, maka kemudian perlahan lahan lah yang harus dijual oleh petani untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Ini kondisi yang memprihatinkan sehubungan dengan pola penghasilan petani yang adalah sekitar 3-4 bulan sekali. Ditambah dengan kemampuannya untuk mengatur kebutuhan yang minim, maka petani sulit sekali untuk berada pada titik sejahtera.

Hal ini menunjukkan bahwa program belum menyentuh keluarga para petani yang adalah fondasi dari kesejahteraan para petani ini sendiri. Program telah mencakup para istri petani dengan adanya kegiatan sortasi kedelai hitam, namun hal ini masih sampai tahap memberikan penghasilan tambahan terhadap keluarga. Sedangkan yang dibutuhkan adalah bagaimana keluarga dapat mempunyai pengetahuan atau strategi untuk kesejahteraannya dalam jangka panjang. Ini yang menyebabkan masih terdapat beberapa petani responden yang masih merasa kesejahteraan keluarganya masih 'sama saja', yaitu mereka tidak merasakan adanya perubahan yang signifikan yang membuat para petani ini merasakan kesejahteraan keluarganya meningkat.

Faktor lain yang membuat masih banyak petani walaupun dengan persentase kecil yang belum merasa terbantu dengan adanya program kemitraan adalah bahwa program kemitraan merupakan program yang kegiatannya aktif paling lama 4-5 bulan dalam setahun, mengikuti musim tanam dari kedelai hitam itu sendiri. Sehingga adanya peningkatan penghasilan tersebut hanya terjadi sekali dalam setahun, yaitu ketika hasil panen sudah terkumpul dan sudah terjual seluruhnya kepada koperasi. Dalam satu musim panen, ini akan menjamin kehidupan satu keluarga selama 3-4 bulan. Setelah itu, kegiatan bertani petani akan dijalankan seperti biasa kembali sampai musim tanam kedelai hitam dimulai kembali. Artinya dampak dari program tidak dirasakan oleh petani selama setahun penuh, sehingga program ini belum membuat para petani merasa terbantu sepenuhnya.

Peningkatan Sosialisasi Orientasi Pertanian dalam Keluarga

V.1.4 Efisiensi

Asisten Lapangan (AsLap)

Secara umum, program mempekerjakan sekitar 17 orang sarjana untuk menjadi asisten lapangan masing-masing daerah implementasi program. Masing-masing daerah didampingi oleh 3-4 orang Aslap yang akan bertempat tinggal di daerah tersebut untuk mengawasi proses penanaman kedelai hitam. Pada dasarnya, asisten lapangan ini merupakan satu-satunya pekerja yang diupah oleh korporasi untuk menjalankan program di lapangan. Tanggung jawabnya dapat dikatakan tidak sedikit. Peneliti sempat mengikuti kegiatan para aslap dalam sehari yang tergolong

sangat padat, terutama ketika penanaman dilakukan dari saat proses awal menanam sampai dengan masa panen kedelai hitam. Pada dasarnya, setiap Aslap dibebani tanggung jawab untuk mengawasi 50 hektar lahan per Aslap, atau 100 orang petani per Aslap. Untuk Nganjuk pada tahun 2010, terdapat 288 hektar lahan, artinya pada tahun tersebut masing-masing Aslap sudah melewati batas tanggung jawabnya. Pada saat itu Aslap yang bekerja di Nganjuk ada 3 orang, artinya 1 orang mengawasi sekitar 96 hektar per aslap. Namun petani yang ada pada saat tersebut berjumlah 185 orang, artinya masing-masing Aslap hanya mendampingi 61 orang petani per Aslap, sedangkan targetnya 100 orang petani per Aslap.

Ketika masa panen sudah berakhir, dan masa tanam belum dimulai, para Aslap akan mempunyai kegiatan lain untuk dilakukan. Mereka akan mengobservasi daerah lain yang belum tersentuh implementasi program, apakah memungkinkan untuk ditanami kedelai hitam atau tidak. Sehingga dapat dilihat bahwa kinerja para Aslap di dalam program terbilang maksimal di sepanjang tahun.

Pinjaman Petani Kedelai Hitam

Seperti yang telah diketahui, bahwa selama proses masa tanam, koperasi akan memberikan bantuan senilai kurang lebih Rp 800.000,- melalui ketua kelompoknya masing-masing sebagai modal awal proses penanaman kedelai hitam. Pinjaman ini diberikan dengan bentuk benih kedelai hitam serta pinjaman uang tunai, besarnya masing-masing akan ditentukan oleh luas lahan yang dimiliki oleh petani itu sendiri. Jumlah pinjaman yang diberikan dapat berkisar sekitar Rp. 100.000,- sampai dengan Rp. 500.000,- untuk setiap petani yang menanam kedelai hitam. Uang tunai yang diberikan oleh pihak koperasi ini kemudian akan digunakan oleh petani untuk keperluannya masing-masing. Ada yang menggunakannya untuk biaya panen, obat tanaman, upah tenaga kerja, dan berbagai keperluan pertanian lainnya. Bahkan ada yang dapat menggunakan uang tersebut untuk persiapan penanaman kembali setelah masa panen kedelai hitam berakhir.

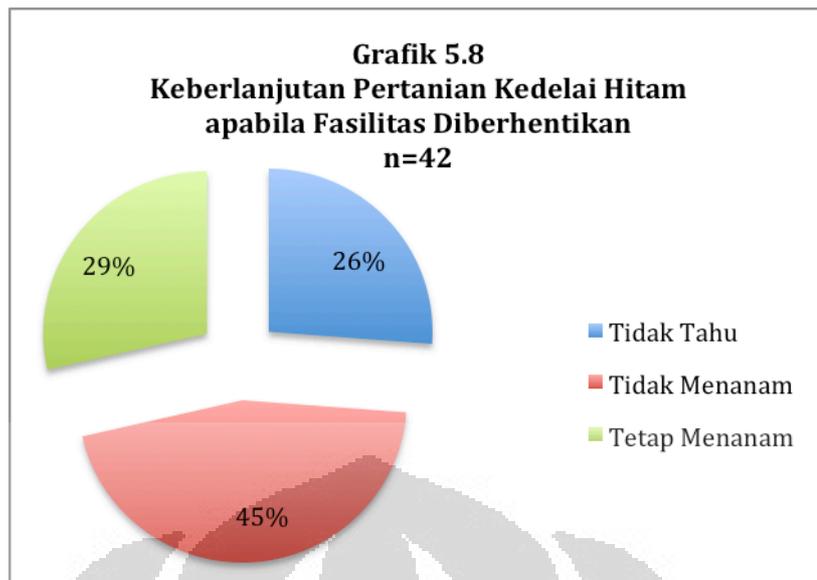
Pendataan untuk peminjaman dilakukan secara seksama oleh para ketua kelompok tani yang kemudian ditinjau kembali oleh pihak koperasi. Hasil observasi peneliti yang kebetulan sedang berada di tempat ketika pendataan pinjaman dilakukan memperlihatkan bahwa para ketua kelompok dengan baik mendata per kepala petani

kedelai hitam masing-masing pinjaman yang akan diberikan. Para Aslap juga mempunyai data masing-masing petani dengan luas lahannya, sehingga hampir tidak terdapat data yang tidak akurat karena pengawasan dilakukan oleh semua pihak yang menjalankan program kemitraan ini.

Pinjaman ini pada akhirnya akan dikembalikan kembali kepada koperasi oleh para petani kedelai hitam ketika masa panen. Sehingga apabila diperhitungkan kembali, biaya yang dikeluarkan untuk pinjaman kepada petani akan dikembalikan kembali kepada koperasi. Ini artinya tidak ada biaya untuk pinjaman yang tidak efisien yang dikeluarkan untuk para petani. Biaya yang dipinjamkan tunai akan dikembalikan tunai, begitu juga dengan pinjaman berbentuk barang seperti benih yang akan dikembalikan kembali dengan berbentuk benih, kecuali pupuk yang akan dikembalikan dengan bentuk tunai oleh para petani. Hasil kuesioner juga menunjukkan bahwa pinjaman tunai yang diberikan digunakan sepenuhnya oleh para petani untuk keperluan pertaniannya tanpa ada yang menggunakannya di luar keperluan pertanian.

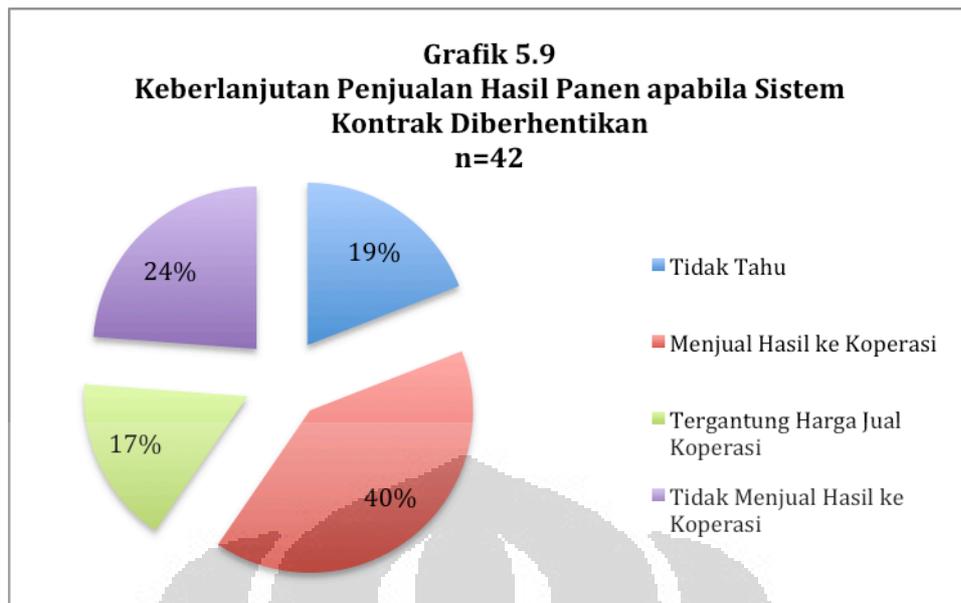
V.1.5 Sustainability

Keberlanjutan sebuah program ditentukan oleh berbagai indikator. Dalam penelitian ini, peneliti melihatnya dengan menganalisa apakah berbagai fasilitas program diberhentikan, keberhasilan program akan tetap berjalan atau tidak. Keberlanjutan juga akan dilihat apabila sistem kontrak yang berjalan di Kabupaten Nganjuk ini diberhentikan, apakah penanaman kedelai hitam akan dapat dijalankan atau tidak. Berikut adalah hasil kuesioner yang menanyakan mengenai kemungkinan berjalannya program kemitraan apabila fasilitas yang diberikan kepada petani seperti benih, pupuk, dan pinjaman tunai diberhentikan.



Dari data di atas dapat dilihat bahwa suara terbesar, yaitu 45% atau 19 orang menjawab bahwa mereka tidak akan menanam kedelai hitam apabila fasilitas program dihentikan. 29% atau 12 orang menjawab akan tetap menanam kedelai hitam sedangkan sisanya, 11 orang atau 26% dari total responden menjawab tidak tahu akan menanam lagi atau tidak. Ini memperlihatkan bahwa sampai ketika program telah dijalankan hampir 5 tahun, para petani masih tidak menganggap untuk menanam kedelai hitam adalah sebuah keharusan. Fasilitas yang diberikan merupakan daya tarik yang membuat petani sampai sekarang mau menanam kedelai hitam, karena apabila fasilitas tersebut dihentikan hanya sedikit yang menjawab akan tetap menanam kedelai hitam. Hal ini disebabkan karena petani merasa bahwa kedelai hitam merupakan komoditas yang lebih sulit untuk ditanam dibanding komoditas lain, dan apabila pinjaman benih dan pupuk dihentikan maka akan sangat sulit untuk menanamnya. Petani pun juga merasa bahwa kedelai hitam sulit untuk dijual dibanding komoditas lain, sehingga mereka lebih memilih untuk menjual komoditas yang sudah biasa mereka tanam sebelum mereka menanam kedelai hitam. Aksesibilitas petani atas bagaimana mengelola komoditas kedelai hitam memang masih sangat rendah, sebelum program masuk ke wilayah ini, sama sekali tidak ada petani yang pernah menanam kedelai hitam sebelumnya.

Kemudian petani responden juga menjawab pertanyaan mengenai apabila sistem kontrak yang diberlakukan dihapuskan, apakah petani tetap menjual hasil panen kepada koperasi atau tidak. Berikut hasil yang didapatkan oleh peneliti.



Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa jawaban paling besar dari responden adalah yang menjawab akan tetap menjual hasil ke koperasi apabila sistem kontrak dihapuskan, yaitu sebanyak 17 orang atau 40% dari total responden. Namun yang menjawab tidak akan menjual hasil kepada koperasi juga menunjukkan angka yang tidak sedikit, yaitu 10 orang atau 24% dari total responden. Kemudian juga terdapat 17% atau 7 orang yang menjawab keputusannya bergantung apakah harga jual koperasi tinggi ketika ia akan menjual hasil panennya. Sisanya sebanyak 19% atau 8 orang masih tidak tahu apakah ia akan menjual kepada koperasi atau tidak. Ini menunjukkan bahwa keberhasilan program selama ini yaitu bagaimana para petani selalu menjual hasil pertanian kedelai hitamnya kepada koperasi sebagian besar adalah dikarenakan adanya sistem kontrak yang mengikat petani dengan pihak koperasi.

Melihat hasil kedua data ini, dapat disimpulkan bahwa loyalitas daripada para petani kedelai hitam setelah program dijalankan selama 5 tahun masih relatif rendah. Adanya fasilitas yang diberikan, dan jaminan bahwa semua hasil panennya akan dibeli oleh koperasi belum menjamin petani akan tetap menanam kedelai hitam seperti yang diharapkan. Begitu juga dengan apabila sistem kontrak dihapuskan, kemungkinan petani kedelai hitam akan tetap menjual hasilnya kepada koperasi juga masih rendah. Program ini telah berjalan selama 5 (lima) tahun, namun petani kedelai hitam terlihat masih melihat adanya kemitraan ini sebagai suatu kegiatan bantuan yang menguntungkan mereka secara ekonomi. Ketika kemudahan dihentikan, maka

petani pun tidak semuanya terus menanam kedelai hitam. Begitu juga apabila tidak ada kewajiban petani untuk menjual hasil mereka kepada koperasi, maka petani tetap akan mencari cara yang dapat memberikan mereka petani tersebut keuntungan yang lebih besar daripada menjual kepada koperasi.

Hal ini sebenarnya wajar untuk dipahami mengingat kondisi sosial ekonomi petani yang masih berada di bawah garis 'cukup'. Pilihan petani untuk memilih sarana lain yang menjamin keuntungannya merupakan pilihan yang benar apabila memang koperasi tidak lagi memberikan sesuatu yang membuat mereka merasa bahwa menanam kedelai hitam akan memberikan petani keuntungan yang lebih dibanding komoditas lain. Memang sulit untuk 'memenangkan' hati para petani di daerah dimana kondisi sosial ekonominya masih banyak yang tertinggal. Walaupun petani telah 'dimanjakan' dengan berbagai bantuan yang diberikan, namun pada dasarnya bantuan tersebut bukanlah sesuatu yang tidak bisa didapat oleh para petani apabila program tidak masuk ke dalam wilayahnya. Begitu juga dengan adanya pemberdayaan perempuan yang diberikan kepada para perempuan di daerah tersebut dengan tujuan untuk mulai masuk ke dalam sektor keluarga para petani, tidak juga kemudian memastikan bahwa akan mendorong petani untuk menanam kedelai hitam ketika tidak ada bantuan maupun kontrak yang mengikat para petani ini.

V.1.7 *Replicability*

Pada dasarnya, program kemitraan ini dirancang untuk dapat diimplementasikan di berbagai daerah menggunakan implementasi yang sama di semua daerah tersebut. Program telah diimplementasikan di 10 (sepuluh) kabupaten di Pulau Jawa dan hasilnya pun berbeda-beda di setiap kabupaten. Dilihat dari bentuk implementasinya, keberhasilan program ditentukan dengan berbagai faktor yang terdapat di daerah tersebut. Secara biologis kondisi lahan di daerah tersebut haruslah memang baik untuk ditanam komoditas kedelai hitam. Kemudian harus daerah dimana petani sasarnya memang sudah terbiasa untuk bekerja di dalam kelompok, karena ketika bergabung dengan satu kelompok tani, petani sangat diharapkan untuk kordinatif di dalam kelompok tersebut.

Salah satu faktor pendukung lain yang menjadi penentu keberhasilan program adalah kinerja dari koperasi. Koperasi memegang peranan yang sangat penting di

dalam jalannya program kemitraan. Dilihat dari kasus di Kabupaten Nganjuk, koperasi yang menjadi mitra program bekerja dengan sangat baik. Koperasi mampu mengayomi para kelompok tani untuk bekerja sama dengannya, dan juga mampu untuk mengelola administrasi internal koperasi yang membuat koperasi tetap berjalan dengan baik sampai sekarang. Oleh karena itu, sebaiknya koperasi di suatu daerah tersebut haruslah koperasi yang memang sudah ada sebelumnya, karena diharapkan koperasi yang menjadi mitra korporasi di dalam program untuk bekerja secara mandiri.

Kemudian adanya sistem kontrak yang mengikat kemitraan masing-masing pihak di dalam program membuat adanya kepastian hubungan kedua pihak untuk dijalankan secara tepat. Walaupun tidak menutup kemungkinan masih ada petani yang secara ‘diam-diam’ menjual hasil panennya kepada pihak lain, atau mencoba untuk menanam ‘Mallika’ menggunakan bibit sendiri, namun adanya sistem kontrak ini setidaknya membantu kedua belah pihak untuk memahami hak dan tanggung jawabnya masing-masing. Sehingga apabila adanya sistem kontrak ini diberlakukan di setiap daerah, kemungkinan keberhasilannya pun akan semakin meningkat seperti yang telah diimplementasikan di Kabupaten Nganjuk. Berikut juga dengan kelemahannya yang terjadi di Nganjuk untuk terjadi pula di daerah implementasi tersebut, kemungkinan terjadi hal yang serupa pun akan tinggi. Hal-hal seperti sulitnya meraih loyalitas petani pun juga akan sulit diraih, karena sistem kontrak membiasakan petani untuk menjalankan kewajibannya atas adanya keterikatan bukan karena kesadaran sendiri.

Namun secara umum, implementasi yang dilakukan di Kabupaten Nganjuk berkemungkinan besar untuk memiliki keberhasilan yang sama apabila diberlakukan di daerah lain. Asalkan daerah tersebut secara biologis memang baik untuk ditanami kedelai hitam sehingga hasil yang didapat petaninya dapat terjamin, dan para komunitas petani pun memang sudah terbiasa untuk bekerjasama dalam melakukan kegiatan pertaniannya atau paling tidak masyarakatnya memang terbiasa hidup berkelompok dengan sekitarnya.

6 (enam) indikator yang telah dianalisa ini kemudian diberikan penilaian masing-masing sesuai analisa yang telah ditulis oleh peneliti. Berikut tabel penilaiannya.

Tabel 5.1

Penilaian Hasil Evaluasi Program Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam

Kategori	Dimensi	Indikator	Penilaian	
			Pemanfaat	Peneliti
Relevansi	Kesesuaian Program	Program sesuai dengan masalah yang dihadapi oleh pemanfaat di dalam kehidupan pertaniannya sehari-hari.	2	2
Efektifitas	Petani Kedelai Hitam	Peningkatan jumlah petani kedelai hitam.	1	
	Produktivitas	Peningkatan produktivitas hasil benih kedelai hitam.	2	
	Kualitas Benih	Jumlah hasil benih kedelai hitam yang memenuhi kualitas.	2	
	Penghasilan Petani Kedelai Hitam	Peningkatan penghasilan petani kedelai hitam.	2	2
<i>Impact</i>	Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Petani Kedelai Hitam	Peningkatan kesejahteraan Keluarga Petani Kedelai Hitam	2	3
Efisiensi		Jumlah orang yang dipekerjakan di dalam program.	1	
		Jumlah pinjaman yang diberikan kepada setiap petani.	1	
Sustainability		Kemampuan	3	

		program untuk terus berjalan apabila biaya program terus diturunkan.	
		Kemampuan model program untuk menghasilkan loyalitas petani.	3
Replicability		Kemungkinan keberhasilan mereplikasi model program yang serupa di daerah yang berbeda.	2

V.2 Struktur Sosial Budaya dan Keberhasilan Program

Kecamatan Gondang merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Nganjuk yang merupakan daerah pertanian yang unggul dibanding kecamatan lain di Kabupaten Nganjuk. Dari segi biologis, lahannya tergolong lahan yang sangat baik, sehingga dapat ditanami dengan berbagai jenis komoditas. Bahkan dari berbagai komoditas yang diunggulkan di Kabupaten Nganjuk, hampir keseluruhan komoditas ditanam di Kecamatan Gondang.¹ Curah hujan di daerah ini pun tergolong baik untuk keberlangsungan sektor pertanian, walaupun ada saatnya ketika curah hujan tidak sesuai dengan yang diharapkan, namun relatif masih belum merupakan permasalahan yang berkembang di Kecamatan Gondang ini. Daerah ini merupakan daerah yang hidup dengan sektor pertanian sehingga program pertanian seperti program kemitraan petani kedelai hitam dapat berjalan dengan lancar dari sisi keberhasilan hasil tanamnya di banding daerah lain.

Kemudian, di dalam suatu daerah tentunya mempunyai karakteristik struktur sosial dan budaya yang berbeda-beda. Masing-masing daerah pun tentunya dapat dikategorikan ke dalam tipologi masing-masing sesuai dengan polanya. Untuk Kecamatan Gondang, khususnya kedua desa tempat penelitian ini dilakukan, yaitu Desa Sumber Agung dan Desa Ketawang, kedua desa ini dapat dikategorikan sebagai

¹ Lihat tabel 4.2.1.5.1.

petani ini, tingkat pendidikan yang relatif sangat rendah ini tampaknya tidak mempengaruhi keberhasilan program tersebut. Karena pada dasarnya pertanian merupakan pengetahuan yang didapat para petani bukan dari dunia pendidikan formal, melainkan memang budaya bertani yang didapat dari keluarga maupun lingkungan sekitar yang mayoritas berkegiatan di sektor pertanian.

Kepemilikan Lahan Komunitas Petani

Untuk mengukur struktur masyarakat dari aspek materiil, pengukuran yang dilakukan adalah dengan melihat luas lahan yang dimiliki para petani. Para petani di Kecamatan Gondang memiliki lahan yang variatif dari segi luas lahan. Terdapat petani yang hanya mempunyai 200 m² lahan, namun ada juga petani yang sampai mempunyai 3 Ha lahan pribadi. Seperti yang diketahui bahwa keuntungan yang didapat oleh masing-masing petani akan ditentukan berdasarkan ketekunannya bertani dan luasan lahan yang dimilikinya. Semakin luas lahan yang dimiliki, maka semakin besar pula pendapatan yang dihasilkan. Ini artinya keuntungan yang didapat oleh para petani masih akan bergantung pada statusnya masing-masing. Yang mempunyai lahan luas akan semakin mudah mendapatkan keuntungan, yang memiliki lahan kecil akan mendapatkan keuntungan yang seadanya. Artinya, adanya status masing-masing petani berdasarkan kepemilikan lahannya membuat keuntungan yang didapat program bersifat tidak merata untuk setiap petani.

Namun, keuntungannya adalah petani relatif mempunyai lahan yang cukup luas per orangnya. Sehingga apabila dibandingkan dengan daerah lain, petani bisa mencapai 1000 lebih petani dengan luasan lahan yang berjumlah sama dengan Kabupaten Nganjuk yang hanya berjumlah kurang dari 200 orang. Dalam hal ini, akan memudahkan program untuk mendampingi para petani walaupun pemanfaatnya jauh lebih sedikit dibanding daerah lain. Namun dengan ini program dapat merangkul petani dengan lebih baik sehingga program dapat memberikan manfaat dengan lebih merata.

V.2.2 Diferensiasi Sosial

Usia

Berdasarkan data mengenai rata-rata usia petani di Kecamatan Gondang, menunjukkan bahwa mayoritas petani yang bekerja di lahan berada pada usia produktifnya, yaitu berkisar dari usia 21 tahun sampai dengan 40 tahun. Pada usia ini diyakini bahwa kemampuan individu untuk bekerja secara maksimal relatif tinggi, dan kemampuannya untuk mempelajari hal-hal yang baru masih memungkinkan dibanding petani yang berusia di atas usia produktif. Tingginya petani dengan usia produktif ini juga mempengaruhi keberlanjutan dari sektor pertanian di Kecamatan Gondang, yang juga mempengaruhi keberlanjutan dari program kemitraan petani kedelai hitam. Ini artinya generasi petani dengan usia muda masih dapat terjamin sampai dengan beberapa tahun ke depan.

Suku Bangsa

Salah satu aspek budaya yang mendominasi di Kecamatan Gondang adalah petani yang hampir seluruhnya bersuku bangsa Jawa. Apabila dilihat dari ajaran-ajaran di dalam kebudayaannya, kebudayaan Jawa mengajarkan kepada para masyarakat Jawa untuk selalu bersyukur dan menjaga keharmonisan dengan alam. Memaknai dan memberi warna istimewa terhadap hasil yang telah diperoleh. Memanfaatkannya untuk kepentingan orang lain dan untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri maupun keluarga adalah presentasi kebudayaan Jawa yang senantiasa diselaraskan dengan alam dan kaya makna dalam ranah kehidupan sosial. Ini memperlihatkan bahwa di dalam daerah yang masih 'kental' dengan adat Jawa, nilai-nilai pertanian dan sosial masih sangat tinggi dianut oleh para petani Jawa.

Menjadi petani dianggap suatu pekerjaan yang baik dan mulia, dan dari nilai sejarahnya, Nganjuk sendiri merupakan daerah yang dari awal dibentuk secara administratif merupakan daerah yang memang unggul dalam dunia pertanian. Sehingga budaya masyarakatnya terhadap sektor pertanian sudah sangat tinggi. Ini tentunya menunjang keberhasilan program yang tidak harus membentuk pemanfaatnya dari nol. Program hanya perlu mengasah kembali kemampuan para petani di sektor pertanian yang sebelumnya memang sudah tinggi.

Kemampuan Berkelompok

Menurut data yang didapat dari hasil kuesioner dapat dilihat bahwa walaupun bukan sebagian besar dari petani responden, namun persentase petani yang

mempunyai kelompok tani sebelum bergabung dengan program kemitraan menunjukkan angka yang cukup signifikan. Ini artinya petani responden sudah mempunyai kemampuan untuk berkelompok dalam melaksanakan kegiatan utamanya yaitu di dalam sektor pertanian. Ini menunjang program yang menekankan kegiatan pertanian di dalam kelompok tani yang dibentuk untuk komoditas kedelai hitam. Di dalam kelompok tani tentunya diperlukan adanya kepercayaan para petani untuk mengumpulkan hasil panennya di satu wadah dibanding mereka menjual ke pihak lain yang dirasa lebih menguntungkan. Hal ini serupa dengan yang ditekankan di dalam program kemitraan mengenai bagaimana petani yang dapat dikatakan sulit untuk mendapatkan keuntungan besar apabila hanya mengumpulkan hasil panennya ke dalam koperasi, akhirnya mau untuk mengumpulkan hasil panen kedelai hitamnya kepada kelompok taninya.

Kemudian dengan bergabung di dalam kelompok tani, ini meningkatkan kemampuan petani untuk bermusyawarah dalam mengambil keputusan yang sehubungan dengan kegiatan primernya, yaitu pertanian. Hal ini yang biasanya sulit untuk dilakukan oleh masyarakat menengah ke bawah, bahwa ia harus mendiskusikan mengenai keputusan-keputusan yang diambil untuk kemajuan bersama. Namun hal ini memang lebih banyak didapati di dalam masyarakat desa, dimana individualisme masyarakatnya jauh lebih rendah dibanding masyarakat yang lebih modern. Sehingga tidak sulit untuk membuat petani berada di dalam kelompok dengan petani lain, kemudian melakukan berbagai kegiatan pertanian bersama-sama selama satu musim tani.

Orientasi Pekerjaan

Untuk melihat orientasi ekonomi dari masyarakat, peneliti melihat hal ini dengan melihat orientasi pekerjaan dari masing-masing petani. Peneliti menanyakan kepada para petani mengenai apakah sektor pertanian merupakan satu-satunya sumber pendapatan keluarga petani tersebut. Berikut hasil data yang didapat mengenai orientasi ekonomi keluarga tersebut.

desa *swakarya*. Sugihen (1996) dalam Sosiologi Pedesaan memberikan penjelasan yang cukup komprehensif mengenai tipologi desa ini. Adat yang merupakan tatanan hidup bermasyarakat di dalam desa ini sudah mulai mendapatkan perubahan-perubahan sesuai dengan perubahan yang terjadi dalam aspek kehidupan sosial budaya lainnya. Pengaruh unsur liar (asing, luar desa) sudah mulai ikut mempengaruhi atau menentukan pola perilaku anggota masyarakat yang baru melalui berbagai adopsi teknologi dalam arti yang luas.

Pada tipologi ini, lapangan pekerjaan pun sudah mulai kelihatan bervariasi, tidak hanya berpusat pada sektor pertanian saja walaupun pertanian masih menjadi sektor primer di desa tersebut. Namun banyak masyarakat desa yang mulai beralih dari sektor primer ke sektor sekunder (komersial atau industri). Produksi usaha tani pun tidak lagi hanya sekedar memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga diupayakan untuk bisa ditukarkan dengan uang melalui sistem pasar. Produktivitas tenaga kerja pun sudah bertambah melalui masukan teknologi dan prasarannya relatif sudah memadai dan terpelihara secara baik.² Walau tingkat pendidikan usia produktif masih rendah namun orientasi pendidikan masyarakat sudah mulai meningkat.

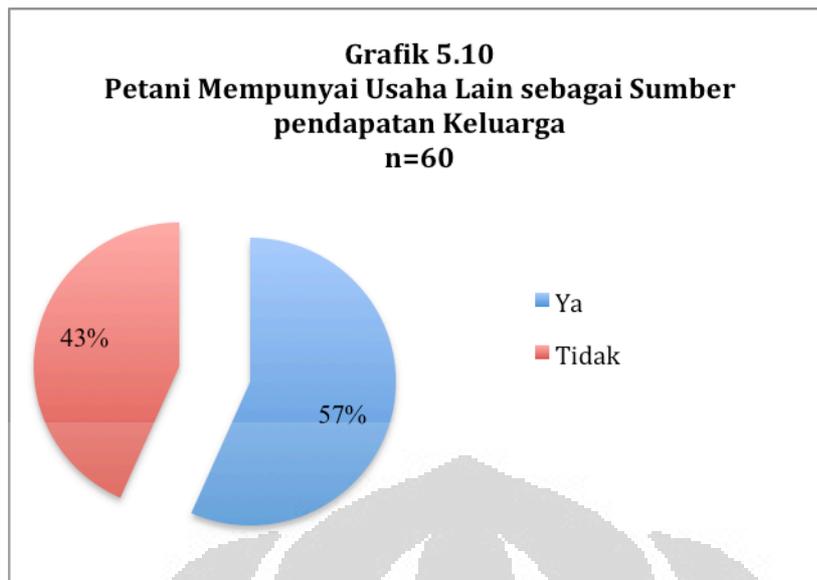
Sehubungan adanya program kemitraan petani kedelai hitam yang diimplementasikan di daerah Kecamatan Gondang, Kabupaten Nganjuk, karakteristik struktur sosial dan budaya di dalam daerah tersebut tentunya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan program. Berikut penjelasan lebih jelas mengenai masing-masing struktur sosial budaya yang menunjang maupun menghambat keberhasilan program di daerah tersebut.

V.2.1 Stratifikasi Sosial

Tingkat Pendidikan Masyarakat

Seperti yang terdapat pada data di bab sebelumnya bahwa tingkat pendidikan di komunitas petani masih relatif sangat rendah. Sebagian besar petani berpendidikan tidak lebih dari tamat SD atau tidak tamat SMP. Ini artinya secara umum memang petani di Kabupaten Nganjuk memang masih berpendidikan sangat rendah. Sehubungan dengan keberhasilan program yang diimplementasikan kepada komunitas

² Sosiologi Pedesaan. Sugihen.



Dari grafik di atas terlihat bahwa perbandingan antara petani yang mempunyai sumber pendapatan lain selain sektor pertanian memang masih sedikit dibanding petani yang sudah mempunyai usaha lain selain usaha taninya. Variasi jenis sektor sekunder ini pun didominasi oleh sektor kecil seperti adanya usaha ternak, usaha jahit, berdagang warung, menjadi buruh tani, sampai dengan usaha berjualan pulsa. Kecenderungan adanya usaha lain selain usaha tani ini biasanya dimiliki oleh petani dengan lahan yang lebih kecil, sedangkan petani dengan lahan yang luas cenderung tidak mempunyai usaha lain di luar sektor pertanian. Dikaitkan dengan adanya program, ini menunjukkan bahwa orientasi ekonomi para petani sudah sangat tinggi di daerah ini, sehingga partisipasi petani untuk semangat menjalani program kemitraannya juga sudah sangat tinggi. Namun program sampai sekarang belum menyentuh sektor lain selain sektor pertanian untuk menunjang peningkatan ekonomi keluarga sehingga orientasi ekonomi petani yang tinggi ini belum dimanfaatkan di dalam program.

Data sebelumnya telah menunjukkan orientasi pekerjaan para petani yang masih aktif di dalam sektor pertanian. Hal ini berbeda dengan orientasi para petani terhadap pekerjaan keturunannya. Hal ini tentunya berpengaruh terhadap keberlanjutan dari program kemitraan petani kedelai hitam ini. Hanya sebagian kecil dari petani yang mengharapkan keturunannya untuk melanjutkan kegiatan pertaniannya dengan alasan bahwa mereka merasa pertanian bukanlah sektor yang menjamin kesejahteraan mereka. Namun masih terdapat beberapa petani yang mengharapkan keturunannya untuk bekerja di sektor pertanian karena berpendapat

pertanian merupakan sektor yang baik dan menjanjikan, tapi sebagian lagi berpendapat bahwa sulit untuk mendapatkan pekerjaan selain dalam pertanian dengan kondisi keluarga yang dialami saat ini. Kecenderungan yang terdapat pada responden ini seperti yang telah dituliskan sebelumnya, mengancam stabilitas produktivitas petani di daerah tersebut. Ini akan terjadi apabila jumlah petani secara umum terus menurun. Keberlanjutan jangka panjang program dapat menurun karena masyarakat petani yang tidak lagi menekuni sektor pertanian ini.

V.3 Program Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam dan CSR

Setelah diuraikan mengenai keberhasilan program serta bagaimana pengaruh struktur sosial dan budaya Kabupaten Nganjuk terhadap keberhasilan program tersebut, maka peneliti akan mencoba untuk menguraikan bagaimana program pemberdayaan petani kedelai hitam ini sebagai suatu bentuk tanggung jawab sosial korporasi.

Seperti yang telah diketahui, bahwa adanya ‘tren’ korporasi untuk merancang CSR di dalam kinerja korporasinya membuat akhirnya CSR dianggap sebuah tanggungjawab yang wajib untuk dilakukan oleh seluruh korporasi. Namun peningkatan kuantitas dari praktik ini tidak pula dibarengi dengan adanya peningkatan kualitas dari masing-masing praktik yang dilakukan. Ini dibuktikan dengan banyaknya jenis praktik CSR yang dilakukan atas dasar memenuhi tuntutan dari masyarakat saja tanpa adanya kesadaran dari korporasi sendiri untuk melakukan praktik tersebut. Karenanya, terdapat berbagai kasus dimana praktik CSR akhirnya hanya sebatas sejumlah anggaran korporasi tanpa rancangan bagaimana anggaran tersebut dapat digunakan secara efektif dan efisien.

Apabila prinsip dasar CSR ini dikaitkan dengan program pemberdayaan kedelai hitam yang dilakukan oleh Yayasan Unilever Indonesia, sebagai organisasi CSR dari PT Unilever Indonesia Tbk, maka peneliti melihat program ini cukup ideal sebagai praktik CSR dari sebuah korporasi. Berbeda dengan program sosial yang dilakukan oleh organisasi non-profit dimana kepentingan masyarakat merupakan satu-satunya isu yang diangkat di dalam programnya, CSR dituntut untuk menyeimbangkan kepentingan masyarakat serta korporasi di dalam suatu rancangan

praktik CSR tersebut. Sehingga segala usaha yang dilakukan oleh korporasi tidak dilakukan secara sia-sia.

Pada penelitian yang dilakukan terhadap program pemberdayaan petani kedelai hitam ini, dapat dilihat bahwa program ini adalah suatu bentuk usaha korporasi demi memenuhi kebutuhannya akan pasokan kedelai hitam adalah jumlah dan kualitas yang tinggi. Oleh karena itu diciptakanlah hubungan kemitraan dengan para pihak-pihak terkait, khususnya para petani dan UGM sebagai pengembang komoditas kedelai hitam. Ini dilakukan untuk memenuhi kepentingan masing-masing pihak secara adil dan seimbang sehingga program tidak hanya memberikan manfaat kepada satu pihak saja atau pun dapat merugikan pihak lain. Pihak utama yang berpartisipasi di dalam program ini terdiri dari tiga pihak, yaitu Unilever Indonesia, komunitas petani, serta Tim Riset Pertanian Universitas Gajah Mada. Program kemitraan dari ketiga pihak ini kemudian membangun keterikatannya masing-masing sehubungan dengan kepentingannya tersebut.

Peneliti menilai bahwa dilihat dari definisi CSR itu sendiri, program pemberdayaan petani kedelai hitam ini sudah sangat baik dirancang untuk mencakup kepentingan berbagai pihak. Sehingga *win-win solution* yang menjadi faktor penting di dalam program dapat dicapai. Korporasi menjalankan CSRnya dengan baik, tidak sekedar kegiatan sosial demi memenuhi tuntutan sosial dari masyarakat atas kinerjanya secara bisnis. Dalam relasi kemitraan ini, petani mendapatkan kebutuhannya atas sektor ekonomi utamanya yaitu pertanian. Bantuan dari segi materiil sampai dengan pengetahuan serta jaminan pasar diberikan sebagai bentuk pemberdayaan terhadap petani demi menunjang kemampuannya dalam bertani. UGM sebagai institusi pendidikan difasilitasi untuk mengembangkan pengetahuannya secara ilmiah yang kemudian menciptakan jenis benih kedelai hitam berkualitas tinggi yang kemudian disebut dengan nama 'Mallika'. Serta Unilever Indonesia sebagai korporasi pelaksana CSR mendapatkan tujuan awalnya yaitu peningkatan produksi lokal kedelai hitam berkualitas tinggi untuk menurunkan biaya produksi khususnya pembelian bahan baku produk Kecap Bango. Legitimasi sosial korporasi pun didapatkan oleh korporasi oleh masyarakat yang merasa terbantu dengan hadirnya korporasi di sekitar mereka. Dengan ini, maka kewajiban korporasi dalam menyokong

kesejahteraan masyarakat serta relasinya dengan masyarakat tercapai bersamaan dengan bagaimana korporasi dapat meningkatkan keuntungannya secara bisnis.

Kemudian apabila dihubungkan dengan struktur sosial masyarakat dimana penelitian ini dilakukan, yaitu Kabupaten Nganjuk, program CSR yang diimplementasikan di daerah tersebut didukung oleh struktur sosial yang melanggengkan keberhasilan program CSR tersebut. Di daerah tersebut, merupakan daerah pertanian yang tergolong maju dibanding daerah lainnya. Kemandirian petani untuk hidup sudah cukup tinggi, didukung dengan keterbukaan masyarakat atas hal-hal baru yang masuk ke daerahnya serta hubungan di dalam masyarakatnya yang masih sangat erat. Poin-poin ini sesuai dengan program CSR yang dituntut untuk mendukung masyarakatnya untuk berkembang. Program tidak sulit masuk ke dalam masyarakat dan kemudian melakukan intervensi di sektor primer masyarakat. Mayoritas petani mempunyai luas lahan yang tergolong merata walaupun terdapat beberapa petani yang mempunyai lahan yang sempit dan terdapat pula yang mempunyai lahan yang sangat luas. Namun keberhasilan masing-masing petani tetap ditentukan oleh usahanya secara individu walaupun kegiatan bertani dilakukan secara berkelompok. Ini menunjukkan bahwa program tetap menuntut petani untuk tetap mandiri melakukan kegiatan bertaninya. CSR tidak menumbuhkan ketergantungan petani terhadap korporasi, dan begitu juga sebaliknya.

BAB VI

KESIMPULAN

VI. 1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti, maka dapat dilihat bahwa pertanyaan penelitian mengenai keberhasilan program di Kabupaten Nganjuk serta bagaimana struktur sosial budaya daerah tersebut menunjang keberhasilan dari program telah terjawab di dalam penelitian ini. Penjelasan hasil penelitian mengenai jawaban dari pertanyaan penelitian akan dijelaskan dengan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Pertama, keberhasilan program kemitraan petani kedelai hitam diukur dengan menggunakan 6 (enam) kategori analisa yaitu relevansi, efektivitas, efisiensi, dampak, keberlanjutan, serta replikabilitas. Dari kategori *relevansi*, program dinilai sesuai dalam memenuhi kebutuhan petani dalam permasalahannya di sektor pertanian. Penilaian ini diberikan oleh pihak pemanfaat maupun peneliti yang melihat bahwa program sudah cukup menyentuh permasalahan-permasalahan mendasar dari para petani di Kabupaten Nganjuk. *Efektivitas* dari program juga dinilai tinggi dilihat dari tujuan utama dari program kemitraan ini yaitu bagaimana program dapat menghasilkan peningkatan dari segi produksi kedelai hitam serta dari segi peningkatan penghasilan para petani kedelai hitam di sektor pertanian. *Efisiensi* program dinilai sangat tinggi dilihat dari pengeluaran rutin yang dikeluarkan oleh korporasi di dalam program, yaitu untuk Asisten Lapangan dan pinjaman-pinjaman yang diberikan kepada petani kedelai hitam. Sedangkan untuk *dampak*, penilaian tinggi diberikan oleh pemanfaat dan peneliti memberikan nilai rendah dilihat dari bagaimana program memberikan dampak yang baik kepada kesejahteraan keluarga petani. Untuk *keberlanjutan*, program dinilai masih rendah karena beberapa indikator yang dapat mempengaruhi keberlanjutan program seperti kemampuan program untuk terus berjalan apabila biaya program diturunkan dan kemampuannya untuk meningkatkan loyalitas petani terlihat masih rendah. Terakhir adalah *replicability* yang dinilai tinggi dilihat dari bagaimana program dapat mampu mengulang keberhasilannya di daerah lain dengan implementasi yang serupa.

Kedua, kondisi sosial budaya Kabupaten Nganjuk dinilai sebagian besarnya menunjang keberhasilan dari program. Namun salah satu penunjang keberhasilan ini adalah kondisi lahannya sendiri yang tergolong sangat baik untuk menjadi lahan tani berbagai macam komoditas tani, terbukti dari data yang ditunjukkan bahwa sebagian besar, bahkan hampir semua komoditas unggul ditanam di atas lahan Kabupaten Nganjuk. Secara sosial, terdapat beberapa faktor penunjang keberhasilan program seperti tingkat usia para petani yang tergolong produktif. Kemudian dari segi suku bangsa, hampir seluruh petani bersuku bangsa Jawa, dimana adat istiadatnya sangat kental dengan budaya pertanian. Kemudian kemampuan berkelompok yang merupakan salah satu faktor terpenting sehubungan dengan program yang membentuk petani untuk bekerja secara berkelompok.

V.2 Rekomendasi & Saran

Beberapa rekomendasi serta saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan dirangkum ini dapat ditujukan kepada beberapa pihak termasuk Unilever Indonesia (ULI) sebagai korporasi, koperasi, Aslap, pemerintah setempat, serta petani sebagai pemanfaat program. Rekomendasi dan saran tersebut terangkum di dalam poin berikut ini:

- Setelah implementasi program yang sudah berjalan selama 5 (lima) tahun, pihak ULI seharusnya sudah dapat merancang kembali program untuk tetap membuat pemanfaat program merasa dinamika program setiap tahunnya selalu memberikan keuntungan kepada mereka. Adanya fakta bahwa program masih belum menyentuh seluruh pemanfaat program memperlihatkan bahwa dampak program belum merata seperti yang diharapkan oleh pemanfaat.
- Pihak ULI seharusnya dapat merancang program yang lebih komprehensif sehingga dapat memberikan dampak positif kepada pemanfaat secara holistik, lebih dari sekedar hanya memberikan peningkatan ekonomi tanpa memberikan pengetahuan bagaimana mengelola peningkatan tersebut agar keluarga para petani kedelai hitam dapat mengusahakan kesejahteraannya. Sedikit pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan keluarga atau pun pengelolaan modal usaha yang dapat diberikan kepada keluarga pemanfaat atau pun non-pemanfaat akan dapat memberikan dampak yang positif kepada mereka.

- Program dapat dirancang sedemikian rupa untuk mengatur dinamika program demi keberlanjutannya dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Implementasi program yang terkesan ‘memanjakan’ pemanfaat dapat dirancang agar pada periode waktu tertentu pemanfaat dapat secara mandiri tetap melakukan penanaman kedelai hitam. Sistem pinjaman dapat diberlakukan dalam kurun waktu tertentu. Misalnya sampai ketika penulisan ini dituliskan program telah dijalankan selama 5 tahun, sehingga sistem tersebut dapat diberlakukan selama 6-7 tahun. Setelah itu, petani dapat secara mandiri membeli keperluan pertaniannya, namun aksesibilitasnya dapat dijamin dalam kurun waktu 2-3 tahun agar petani masih mendapat kemudahan untuk mendapatkan keperluan tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

- Cresswell, John W. *Research Design: Qualitative and Quantitative Approach*. California: Sage Publication, 1994
- Dale, Reidar. 2004. *Evaluating Development Programs*.
- Kotler, Philip & Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Narwoko, J. Dwi & Bagong Suyanto. 2004. *Sosiologi: Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Neuman, Laurance W. 2004. *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approach*. Massachusetts: Needham Heights.
- Prayogo, Dody. 2008. *Konflik Antara Korporasi Dengan Komunitas Lokal: Sebuah Kasus Empirik Pada Industri Geotermal di Jawa Barat*. Depok: FISIP UI PRESS.
- Prayogo, Dody. *Socially Responsible Corporate*. Depok: FISIP UI PRESS.
- Sugihen, Bahrein T. 1996. *Sosiologi Pedesaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sunarto, Kamanto. 2000. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Tim Tempo Institute. 2011. *Jemari Telaten Untuk Mallika*. Jakarta: Yayasan Unilever Indonesia & Tempo Institute.
- Zanten, Wim Van. 1994. *Statistika untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

SUMBER KARYA ILMIAH:

- Dwi A. 2006. *Pelaksanaan Program Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus: Program Pemberdayaan Ekonomi melalui Usaha Budidaya Jarum Tiram, di Kampung Kandang Panjang, Tajur Halang, Bogor, Jawa Barat yang dikelola oleh Comdev Indonesia)*. SKRIPSI FISIP UI.
- Himayati .2010. *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Corporate Social Responsibility PT Unilever Indonesia Tbk. (Analisis Deskriptif terhadap Program "Jakarta Green & Clean 2009" di Wilayah RW 04 Kedoya Utara, Jakarta Barat)*. TESIS FISIP UI.
- Kashmir, Syutra Permata. 2010. *Keberlanjutan Program Community Development*

Unilever (Studi Kasus: Program Jakarta Green and Clean di Dua Wilayah Penerima Manfaat). Depok: FISIP, Universitas Indonesia.

Suryanegara, Ellen. 2011. *Pengaruh Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Frisian Flag Indonesia Plant Pasar Rebo Terhadap Citra Perusahaan dan Interaksi Sosial Berdasarkan Pengetahuan Komunitas Lokal di Kelurahan Gedong, Kecamatan Pasar Rebo, Jakarta Timur*. Depok: FISIP, Universitas Indonesia.

SUMBER JURNAL:

Corporate Social Responsibility: Social Justice dan Distributive Welfare pada Industri Tambang dan Migas Indoensia. Jurnal Galang, Vol. 3, Desember 2008

Pardede, Pantun Josua, dan Finnahari, Salis. *Pola Kemitraan Dalam Praktek Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Studi Kasus Program Community Development PT. Toba Pulp Lestar, Tbk. Di Kabupaten Toba Samosir*. Jurnal Kebijakan dan Administrasi Publik Vol. 11, Nomor 2, November 2007

SUMBER INTERNET:

<http://www.unilever.co.id/>

<http://www.csrindonesia.com/>

<http://www.aneahira.com/>

SUMBER LAINNYA:

1. Data-data internal Yayasan Unilever Indonesia
2. Kabupaten Nganjuk Dalam Angka Tahun 2009
3. Kabupaten Nganjuk Dalam Angka Tahun 2010
4. Kabupaten Nganjuk Dalam Angka Tahun 2011
5. *Sustainability Report* PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2008
6. *Sustainability Report* PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2010
7. *Annual Report* PT Unilever Indonesia Tbk Tahun Tahun 2010



KUESIONER
DEPARTEMEN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS INDONESIA

PENGANTAR

Dengan hormat, Saudara/ Saudari,

Selamat sore , malam. Peneliti adalah mahasiswa sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu politik, Universitas Indonesia. Peneliti saat ini sedang melakukan penelitian di kecamatan ini. Oleh karenanya, Peneliti ingin mengajukan pertanyaan yang terkait dengan penelitian ini, “Studi Evaluasi Implementasi Program Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam (Studi Kasus: Program Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam oleh Yayasan Unilever Indonesia, sebagai bentuk *corporate social responsibility* dari PT Unilever Indonesia Tbk)” . Peneliti sangat mengharapkan partisipasi Saudara untuk menjawab pertanyaan yang peneliti ajukan demi kelangsungan penelitian ini. Ketersediaan waktu Saudara sangat peneliti harapkan untuk berlangsungnya wawancara.

Peneliti sangat menghargai kejujuran anda. Kerahasiaan jawaban Saudara akan peneliti jamin dan nama anda tidak akan diberitahukan kepada siapapun. Anda tidak dikenakan bayaran dalam menjawab pertanyaan yang peneliti ajukan. Di sini tidak ada jawaban benar ataupun salah.

Terima kasih atas perhatian dan kerjasama anda.

Pradhivi A. B. Moningka

IDENTITAS RESPONDEN

1. Kelompok Tani:
2. Jenis Kelamin :
3. Usia : Tahun
4. Agama :
5. Suku Bangsa :
6. Bahasa sehari-hari yang digunakan :
7. Alamat :
 - Desa :
 - Kecamatan :
8. Pendidikan Terakhir :
 - 1) Tidak Sekolah
 - 2) Tidak tamat SD atau sederajat
 - 3) Tamat SD atau sederajat
 - 4) Tidak tamat SMP atau sederajat
 - 5) Tamat SMP atau sederajat
 - 6) Tidak tamat SMA atau sederajat
 - 7) Tamat SMA atau sederajat
 - 8) Akademi (D1/D2/D3/D4)
 - 9) Sarjana (S1)
 - 10) Pasca-Sarjana (S2/S3)
9. Jumlah anggota rumah tangga:
 - 1) Istri/Suami: Orang
 - 2) Anak: Orang

Anggota RumahT anggota	Usia	JenisKela min	Pendidikan	Pekerjaan
IstriTahun) Pria) Wanita	TidakSekolah Tidak tamat SD atausederajat Tamat SD atausederajat Tidak tamat SMP atausederajat Tamat SMP atausederajat Tidak tamat SMA atausederajat Tamat SMA atausederajat Akademi (D1/D2/D3/D4) Sarjana (S1)) Pasca-Sarjana (S2/S3)
Anak ITahun) Pria) Wanita	BelumSekolah TidakSekolah Tidak tamat SD atausederajat Tamat SD atausederajat Tidak tamat SMP atausederajat Tamat SMP atausederajat Tidak tamat SMA atausederajat Tamat SMA atausederajat Akademi (D1/D2/D3/D4)) Sarjana (S1)) Pasca-Sarjana (S2/S3)

Anak 2Tahun	Pria Wanita	TidakSekolah Tidaktamat SD atausederajat Tamat SD atausederajat Tidaktamat SMP atausederajat Tamat SMP atausederajat Tidaktamat SMA atausederajat Tamat SMA atausederajat Akademi (D1/D2/D3/D4) Sarjana (S1) Pasca-Sarjana (S2/S3)
Anak 3Tahun	Pria Wanita	TidakSekolah Tidaktamat SD atausederajat Tamat SD atausederajat Tidaktamat SMP atausederajat Tamat SMP atausederajat Tidaktamat SMA atausederajat Tamat SMA atausederajat Akademi (D1/D2/D3/D4) Sarjana (S1) Pasca-Sarjana (S2/S3)

LATAR BELAKANG PERTANIAN

10. Apakah lahan yang digunakan untuk bertani merupakan lahan milik sendiri? *(Jika Saudara menjawab Tidak, silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya. Jika Saudara menjawab Ya, lanjutkan ke pertanyaan no. 14)*
1) Tidak 2) Ya
11. Berapakah luas lahan yang digunakan untuk bertani?
12. Siapakah yang Saudara harapkan untuk melanjutkan pertanian di lahan tersebut apabila Saudara tidak lagi mengelola lahan tersebut?
13. Berapakah biaya yang dikeluarkan setiap musim panen untuk menggunakan lahan tersebut?
.....
14. Dalam 1 sirkulasi musim tani, benih apa sajakah yang Saudara jadikan bibit tanam?
-
-
-
-
15. Berapakah penjualan yang Saudara hasilkan dari masing-masing bibit tanam dalam 1 (satu) musim panen?

No	Benih	Jumlah Modal	Jumlah Hasil Penjualan	Keterangan

16. Dalam 1 musim panen, mohon urutkan pengeluaran apa sajakah yang Saudara keluarkan untuk keperluan bertani dari yang terbesar sampai dengan yang terkecil?

- 5) Kondisi lahan/sawah yang tidak mendukung
- 6) Minimnya pasar sebagai saran penjualan hasil tani
- 7) Kurangnya tenaga kerja
- 8) Lainnya, sebutkan:

-

-

LATAR BELAKANG KELUARGA

25. Apakah Saudara berasal dari keluarga petani?
 - 1) Tidak
 - 2) Ya
26. Apakah keluarga Saudara saat ini sepenuhnya bergantung pada keuntungan yang didapat dari penjualan hasil tani? *(Jika Saudara menjawab Tidak, silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya. Jika Saudara menjawab Ya, lanjutkan ke pertanyaan no. 28)*
 - 1) Tidak
 - 2) Ya
27. Selain dengan menjual hasil tani, melalui apakah keluarga Saudara penghasilan dari sektor non-pertanian?
 - 1)
 - 2)
 - 3)
 - 4)
 - 5)
28. Berapakah biaya yang keluarga Saudara keluarkan dalam 1 (satu) bulan?

.....
29. Mohon urutkan keperluan apa saja yang keluarga Saudara keluarkan dengan biaya tersebut mulai dari yang terbesar sampai dengan yang terkecil.
 - 1) Keperluan primer rumah tangga (Sandang, pangan, papan) []
 - 2) Pendidikan []
 - 3) Kesehatan []
 - 4) Kegiatan kebudayaan daerah []
 - 5) Lainnya:
 - []
 - []
 - []
30. Apakah penghasilan yang Saudara dapatkan saat itu dapat mencukupi kebutuhan Saudara sehari-hari?
 - 1) Tidak Cukup
 - 2) Kurang Cukup
 - 3) Cukup
 - 4) Sangat Cukup
31. Apakah Saudara mengharapkan keturunan Saudara untuk melanjutkan profesi Saudara sebagai petani?
 - 1) Tidak, alasan:
 - 2) Ya, alasan:
32. Apakah keluarga Saudara mempunyai kendaraan pribadi? *(Jika Saudara menjawab Ya, silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya. Jika Saudara menjawab Tidak, lanjutkan ke pertanyaan no. 34)*
 - 1) Tidak
 - 2) Ya
33. Berapakah jumlah kendaraan pribadi keluarga Saudara?

- Mobil :
- Sepeda Motor :
- Lainnya :

34. Apakah keluarga Saudara pernah mempunyai tabungan keluarga?
1) Tidak 2) Ya

35. Apakah tabungan tersebut masih ada saat ini? *(Jika Saudara menjawab Ya, silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya. Jika Saudara menjawab Tidak, lanjutkan ke pertanyaan no. 37)*
1) Tidak 2) Ya

36. Untuk keperluan apa sajakah Saudara berencana menggunakan tabungan tersebut?

-
-
-
-
-

37. Untuk keperluan apa sajakah Saudara telah menggunakan tabungan tersebut?

-
-
-
-
-

38. Masalah apa sajakah yang keluarga Saudara hadapi selama ini?

- 1) Keuangan keluarga
- 2) Pendidikan
- 3) Kesehatan
- 4) Sarana rumah tempat tinggal
- 5) Lainnya, sebutkan:

-
-
-

PROGRAM KEMITRAAN KOPERASI BINA USAHA

39. Apakah Saudara berpartisipasi di dalam program kemitraan Koperasi Bina Usaha? *(Jika Saudara menjawab Tidak, silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya. Jika Saudara menjawab Ya, lanjutkan ke pertanyaan no. 59)*

- 1) Tidak 2) Ya

- PEMANFAAT PROGRAM KEMITRAAN KOPERASI BINA USAHA

40. Sejak tahun berapakah Saudara bergabung dengan Koperasi Bina Usaha?

41. Dari mana kah Saudara mengetahui mengenai Koperasi Bina Usaha?

- 1) Teman sesama petani
- 2) Ditawarkan langsung oleh pihak koperasi
- 3) Keluarga
- 4) Lainnya:

42. Apakah yang menjadi alasan Saudara ketika memutuskan untuk bergabung dengan Koperasi Bina Usaha?

- 1) Tertarik dengan keuntungan yang ditawarkan oleh program
- 2) Ajakan dari teman/kerabat
- 3) Lainnya:

PERTANIAN

43. Manfaat apa sajakah yang Saudara dapatkan sejak bergabung dengan Koperasi Bina Usaha dalam usaha pertanian Saudara?
 - 1) Peminjaman modal (uang tunai)
 - 2) Peminjaman benih
 - 3) Peminjaman pupuk
 - 4) Pelatihan *skill* pertanian
 - 5) Lainnya:
 -
 -
44. Setelah bergabung dengan Koperasi Bina Usaha, bagaimanakah pengaruhnya terhadap penghasilan pertanian Saudara?
 - 1) Berkurang, alasan :
 -
 -
 - 2) Sama Saja, alasan :
 -
 -
 - 3) Meningkatkan, alasan :
 -
 -
 - 4) Sangat Meningkatkan, alasan :
 -
 -
45. Apakah Saudara pernah mendapatkan kontrak yang berhubungan dengan kesepakatan dalam kemitraan dengan Koperasi Bina Usaha?*(Jika Saudara menjawab Ya, silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya. Jika Saudara menjawab Tidak, lanjutkan ke pertanyaan no. 57)*
 - 1) Tidak 2) Ya
46. Apakah Saudara memahami sepenuhnya isi dari kontrak yang diberikan oleh Koperasi Bina Usaha?
 - 1) Tidak 2) Ya
47. Apabila sistem kontrak dalam program kemitraan tersebut sewaktu-waktu dihentikan, apakah Saudara akan tetap menjual hasil tani Saudara kepada Koperasi Bina Usaha?
 - 1) Tidak, alasan :
 -
 - 2) Ya, alasan :
 -
48. Dengan cara apakah kemudian Saudara akan menjual hasil tani tersebut?
 -

-
-
49. Apabila bantuan peminjaman benih dan pupuk serta kontrak tidak lagi diberlakukan, apakah Saudara akan tetap menanam benih kedelai hitam?(Jika Saudara menjawab Ya, silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya. Jika Saudara menjawab Tidak, lanjutkan ke pertanyaan no. 50)
- 1) Tidak, alasan :
.....
- 2) Ya, alasan :
.....
50. Apabila bantuan peminjaman benih dan pupuk serta kontrak tidak lagi diberlakukan, apakah Saudara akan tetap menjual hasil kedelai hitam tersebut kepada Koperasi Bina Usaha?
- 1) Tidak, alasan :
.....
- 2) Ya, alasan :
51. Apabila Koperasi Bina Usaha ini ditutup atau tidak ada lagi, bagaimanakah pengaruhnya terhadap kondisi pertanian Saudara?
- 1) Lebih Baik, alasan :
.....
- 2) Sama Saja, alasan :
.....
- 3) Lebih Buruk, alasan :
.....
- 4) Sangat Lebih Buruk, alasan :
.....
52. Secara umum, apakah menurut Saudara program kemitraan Koperasi Bina Usaha sesuai dalam memecahkan masalah pertanian yang Saudara hadapi?
- 1) Tidak Sesuai 2) Kurang Sesuai 3) Sesuai 4) Sangat Sesuai
53. Hal apa saja kah yang menurut Saudara belum didapat dari program kemitraan Koperasi Bina Usaha untuk usaha pertanian Saudara?
-
-
-
-

KELUARGA

54. Manfaat apa sajakah yang keluarga Saudara dapatkan sejak bergabung dengan Koperasi Bina Usaha?
- 1) Peningkatan penghasilan keluarga
- 2) Penambahan kegiatan anggota keluarga

3) Lainnya:

-
-

55. Setelah bergabung dengan Koperasi Bina Usaha, bagaimanakah pengaruhnya terhadap penghasilan keluarga Saudara?

1) Berkurang, alasan :

.....
.....

2) Sama Saja, alasan :

.....
.....

3) Meningkatkan, alasan :

.....
.....

4) Sangat Meningkatkan, alasan :

.....
.....

56. Apabila Koperasi Bina Usaha ini ditutup atau tidak ada lagi, bagaimanakah pengaruhnya terhadap kondisi kesejahteraan keluarga Saudara?

1) Lebih Baik, alasan :

.....
.....

2) Sama Saja, alasan :

.....
.....

3) Lebih Buruk, alasan :

.....
.....

4) Sangat Lebih Buruk, alasan :

.....
.....

57. Secara umum, apakah menurut Saudara program kemitraan Koperasi Bina Usaha sesuai dalam memecahkan masalah di dalam keluarga Saudara?

1) Tidak Sesuai 2) Kurang Sesuai 3) Sesuai 4) Sangat Sesuai

58. Hal apa saja kah yang menurut Saudara belum didapat dari program kemitraan Koperasi Bina Usaha untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga Saudara?

-
-
-
-

MANFAAT PROGRAM

59. Apakah Saudara pernah mendapat pinjaman tunai dari Koperasi Bina Usaha? *(Jika Saudara menjawab Tidak, silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya. Jika Saudara menjawab Ya, lanjutkan ke pertanyaan no. 58)*
1) Tidak 2) Ya
60. Berapakah jumlah pinjaman tunai yang Saudara dapatkan?
.....
61. Untuk apakah Saudara menggunakan pinjaman tunai tersebut?
-
-
-
62. Secara umum, setelah bergabung dengan Koperasi Bina Usaha, apakah yang Saudara dapatkan sesuai dengan apa yang Saudara harapkan?
1) Tidak Sesuai 2) Kurang Sesuai 3) Sesuai 4) Sangat Sesuai
63. Secara umum, apakah menurut Saudara program kemitraan Koperasi Bina Usaha bermanfaat dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat petani kedelai hitam?
1) Tidak Bermanfaat 2) Kurang Bermanfaat 3) Bermanfaat 4) Sangat Bermanfaat

NONPEMANFAAT PROGRAM KEMITRAAN KOPERASI BINA USAHA

64. Mengapa Saudara memilih untuk tidak ikut serta di dalam program kemitraan Koperasi Bina Usaha?
1) Tidak mengetahui keberadaan program
2) Tidak tertarik dengan program yang ditawarkan
3) Lainnya:
65. Apakah yang dapat membuat Saudara tertarik untuk ikut serta di dalam program kemitraan Koperasi Bina Usaha?.....

PEDOMAN OBSERVASI

1. Melihat kondisi pemukiman warga Kecamatan Gondang.
2. Melihat lingkungan pertanian Kecamatan Gondang.
3. Melihat fasilitas pendidikan Kecamatan Gondang.
4. Melihat kondisilahan para petani Kecamatan Gondang.
5. Melihat sarana dan prasarana transportasi Kabupaten Nganjuk.
6. Melihat kondisi sarana koperasi Kabupaten Nganjuk.