

The Influence of Local Wisdom and Culture Approach Strategy on CSR Implementation in Klayas Village

Dody Yapsenang^{1*}, Dyah Putri Utami¹, Bambang Imawan¹, Abidin¹, Pratama Bimo Purwanto¹

Article Info

⁽¹⁾ PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit VII Kasim

How to Cite:

Yapsenang, D., Utami, D. P., Imawan, B., Abidin., Pratama, B. (2023). *The Influence of Local Wisdom and Culture Approach Strategy on CSR Implementation in Klayas Village*. *Prospect: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 2(3), 172-178.

Article History

Submitted: 12 August 2023

Received: 25 August 2023

Accepted: 25 August 2023

Correspondence E-Mail:

dyah.utami@arjunawijaya.co

Abstract

Klayas Village is one of the remote areas in Seget District which is the ring 1 area of Company X. Most of the Klayas people are indigenous Moi Tribe who fulfill their lives from the sago forest. Since its establishment in 1997, Company X has actively and routinely carried out charity-based CSR activities in Klayas Village. Since 2019, the CSR program of company X has changed its concept from charity to sustainable CSR program consisting of various activities. The people of Klayas Village have difficulty adapting to the new CSR scheme, resulting in resistance. In addition, the programs implemented are not in accordance with people's customs. In response to this rejection, in 2020, Company X carried out a strategy to approach local wisdom and indigenous culture of the Moi Tribe to increase community enthusiasm. This has proven to be more effective for increasing community participation. It can be seen from the program implemented in 2020 that it is still relevant and sustainable until 2022. The number of beneficiaries is much larger and comprehensive. This strategy can also increase cohesiveness between the company-community and between community members.

Keywords: CSR; Culture; Local Wisdom

Pengaruh Strategi Pendekatan Kearifan Lokal dan Kebudayaan terhadap Implementasi CSR di Kampung Klayas

Dody Japsenang, Dyah Putri Utami, Bambang Imawan, Abidin, Pratama Bimo Purwanto¹

Info Artikel

⁽¹⁾ PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit VII Kasim

Surel Korespondensi:
dyah.utami@arjunawijaya.co

Abstrak

Kampung Klayas merupakan salah satu daerah terpencil di Distrik Seget yang merupakan area *ring* 1 dari Perusahaan X. Sebagian besar Masyarakat Klayas merupakan masyarakat adat Suku Moi yang memenuhi kehidupan dari hutan sagu. Sejak berdiri pada 1997, Perusahaan X secara aktif dan rutin melakukan kegiatan CSR berbasis amal di Kampung Klayas. Sejak 2019, program CSR dari perusahaan X mengalami perubahan konsep dari *charity* menuju program CSR berkelanjutan yang terdiri dari berbagai kegiatan. Masyarakat Kampung Klayas mengalami kesulitan beradaptasi dengan skema CSR yang baru sehingga terjadi resistensi. Selain itu, program yang diimplementasikan tidak sesuai dengan kebiasaan masyarakat. Sebagai respons terhadap penolakan ini, pada tahun 2020, Perusahaan X melakukan strategi pendekatan kearifan lokal dan kebudayaan adat Suku Moi untuk meningkatkan antusiasme masyarakat. Hal ini terbukti lebih efektif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat. Terlihat dari program yang diimplementasikan pada tahun 2020 masih relevan dan berkelanjutan hingga tahun 2022. Jumlah penerima manfaat pun jauh lebih banyak dan komprehensif. Strategi ini juga dapat meningkatkan kohesivitas antara perusahaan-masyarakat dan antara anggota masyarakat.

Kata Kunci: Budaya; CSR; Kearifan Lokal

Pendahuluan

Kampung Klayas merupakan salah satu kampung yang terletak di Distrik Seget, Kabupaten Sorong, Provinsi Papua Barat Daya. Jumlah penduduk yang mendiami Kampung Klayas adalah sebanyak 82 KK. Sebagian besar penduduk Kampung Klayas merupakan masyarakat Suku Moi Lemas. Kampung Klayas sendiri menjadi salah satu karena jaraknya yang jauh dari pusat kota. Jarak tempuh dari Kampung Klayas menuju Kota Sorong adalah 95 km dengan waktu tempuh sekitar 3 jam melalui jalur darat. Dalam kondisi tertentu, khususnya ketika curah hujan tinggi, masyarakat Kampung Klayas tidak bisa ke kota karena akses jalan yang terputus. Sebagian besar masyarakat Klayas hingga tahun 2021 masih menerapkan pola pemenuhan kebutuhan berburu dan meramu (Kasim, KPI, 2021). Kebiasaan ini merupakan kebiasaan 90% masyarakat Suku Moi. Kebiasaan ini masih mereka jalankan hingga saat ini karena sulitnya akses menuju kota dan akses ekonomi lain, sehingga mereka memenuhi kebutuhan sehari-hari secara mandiri dari hasil hutan. Mereka memenuhi kebutuhan pangan sehari-hari seperti sagu, sayur, buah, ikan, dan daging rusa atau babi dengan mencari di hutan. Selain itu, masyarakat di Kampung Klayas tidak terbiasa melakukan kegiatan bertani menetap.



Gambar 1. Masyarakat Klayas Menokok Sagu Secara Tradisional di Hutan
Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2021

Perusahaan X merupakan salah satu perusahaan yang berlokasi di Kampung Klayas, Distrik Seget dan telah berdiri sejak tahun 1997. Sebagai salah satu perusahaan (*private sector*) di area tersebut, Perusahaan X secara rutin melaksanakan program CSR (*Corporate Social Responsibility*) di Kampung Klayas yang merupakan area *ring 1* Perusahaan X sejak berdirinya perusahaan. Pada tahun 2019 terjadi pergeseran pola CSR dari konsep *charity* menjadi konsep pemberdayaan masyarakat berkelanjutan dengan menerapkan CSR berbasis *corporate social innovation* (CSI). Masyarakat yang sudah terbiasa dengan konsep amal kesulitan beradaptasi dengan konsep CSR yang baru. Hal ini menyebabkan Perusahaan X perlu menerapkan strategi pemberdayaan masyarakat yang sesuai untuk mendukung perubahan konsep CSR yang terjadi. Menurut Effendy (2014), strategi merupakan sebuah perencanaan dengan menggunakan cara yang efektif berlandaskan sarana-sarana yang dimiliki. Berdasarkan pengertian tersebut, strategi adalah cara yang tepat dan efektif untuk menghadapi permasalahan, kondisi, ataupun perubahan yang ada.

Tabel 1. Perbedaan Tradisional CSR dan CSI

Tradisional CSR	CSI
<i>Philanthropic Intent</i>	<i>Strategic Intent</i>
<i>Money and Manpower</i>	<i>R&D and Corporate Assets</i>
<i>Employee Voluntarism</i>	<i>Employee Development</i>
<i>Contracted Service Providers</i>	<i>NGO or Government Partners</i>
<i>Social and Eco-Services</i>	<i>Social and Eco-Innovations</i>
<i>Social Good</i>	<i>Sustainable Social Change</i>

Sumber: Kiser, 2012

Tabel di atas merupakan perbedaan antara konsep CSR tradisional dan konsep CSI. Nampak perbedaan yang cukup signifikan antara keduanya sehingga dalam implementasinya, masyarakat perlu banyak beradaptasi. CSI sendiri mengacu pada “sebuah inisiatif yang bertujuan untuk menciptakan nilai antar *shareholder* dan sosial dengan potensi untuk mengubah struktur sistem inovasi, meningkatkan motivasi karyawan, dan mengubah identitas dan strategi perusahaan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif, sekaligus memberikan solusi untuk kebutuhan masyarakat” (Dionisio&de vargas, 2020). Oleh sebab itu, perlu dilakukan beberapa penyesuaian pendekatan pemberdayaan masyarakat agar perubahan popla CSR ini dapat terlaksana. Salah satu strategi yang dapat diimplementasikan adalah dengan menggunakan strategi pendekatan kearifan lokal dan kebudayaan.

Melalui tulisan ini, penulis melakukan *comparative case study* mengenai efektivitas dan dampak perubahan strategi pemberdayaan masyarakat. Strategi yang dilakukan pada tahun 2019 dibandingkan dengan strategi pendekatan kearifan lokal dan kebudayaan yang diterapkan mulai tahun 2020-2022. Indikator yang akan digunakan untuk membandingkan kedua strategi tersebut adalah melalui jumlah penerima manfaat dan keberlanjutan program yang dijalankan. Jumlah partisipasi masyarakat terhadap program yang dijalankan menjadi salah satu indikator keberhasilan program yang dijalankan. Oleh sebab itu, perubahan strategi pemberdayaan masyarakat yang diterapkan juga turut memengaruhi partisipasi dan penerimaan masyarakat.

Metode

Tulisan ini dilakukan dengan melakukan *on-depth interview* terhadap 20 orang yang merupakan penerima manfaat program CSR Perusahaan X. Teknik pengumpulan sampel dilakukan dengan metode *snowball sampling* di mana penulis terlebih dulu mengidentifikasi minimal satu orang yang dianggap memenuhi kriteria sebagai sampel sesuai dengan tulisan. Sampel berikutnya ditentukan berdasarkan atas informasi dari sampel pertama tadi dengan catatan tetap sesuai dengan kriteria yang ditentukan (Lubis, 2019). Selain itu pengumpulan data secara *snowball sampling*, data didapatkan melalui observasi lapangan selama periode bulan Januari-April 2023.

Pembahasan

Pada tahun 2019, perusahaan X mulai menerapkan CSI dalam pelaksanaan program CSR. Sayangnya, terjadi kegagalan dari penerimaan masyarakat terhadap konsep baru ini. Masyarakat yang terbiasa dengan program CSR dengan konsep amal belum dapat beradaptasi dan cenderung menolak program pemberdayaan yang ada. Masyarakat kesulitan beradaptasi dengan kegiatan-kegiatan baru dalam proses implementasi program. Kendala ini terjadi karena program yang dijalankan juga tidak didasarkan pada kebiasaan, kearifan lokal, dan kebudayaan masyarakat. Kegiatan yang dilakukan juga cenderung asing bagi masyarakat. Hal ini tidak sejalan dengan pendapat Theresia (2015) yang menyatakan bahwa pembangunan berbasis masyarakat perlu mengacu pada kebutuhan masyarakat, direncanakan, dan

dilaksanakan oleh masyarakat dengan sebesar-besarnya memanfaatkan sumberdaya (alam, manusia, kelembagaan, nilai-nilai sosial, dan budaya) yang ada dan dapat diakses oleh masyarakat setempat.

Tabel 2. Program CSR tahun 2019

No	Program CSR	Penerima Manfaat	Status Program
1.	Budidaya Ikan Air Tawar	10 orang	Discontinue
2.	Budidaya Ayam Kampung	10 orang	Discontinue

Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2019

Program yang dijalankan pada tahun 2019 merupakan kegiatan yang asing bagi masyarakat. Sebagai masyarakat pesisir, masyarakat Klayas tidak terbiasa untuk mengkonsumsi ikan air tawar. Masyarakat biasa berkegiatan di hutan untuk mencari sumber pangan, salah satunya sagu untuk dijadikan sumber karbohidrat (Yapsenang, 2022). Selain itu, sesuai dengan kebiasaannya berburu dan meramu di hutan, masyarakat tidak terbiasa dengan budi daya dan bertani menetap. Perbedaan yang signifikan antara kegiatan program dan kebiasaan sehari-hari menyulitkan masyarakat untuk beradaptasi.

Pendekatan Kearifan Lokal dan Kebudayaan Sebagai Respons

Sebagai respons terhadap penolakan ini, pada tahun 2020 hingga 2022 Perusahaan X memulai program CSR dengan strategi pendekatan kearifan lokal dan kebudayaan. Strategi ini sejalan dengan prinsip pemberdayaan menurut Dahana dan Bhatnagar (1980) yang salah satunya menyebutkan bahwa kegiatan pemberdayaan masyarakat seyogyanya disesuaikan dengan keragaman budaya lokal yang ada. Selain itu, Dahana dan Bhatnagar (1980) juga menyebutkan bahwa pemberdayaan masyarakat perlu disesuaikan dengan budaya lokal kelompok sasaran untuk menghindari timbulnya gegar budaya di kalangan kelompok sasaran kegiatan pemberdayaan. Oleh sebab itu, sejak tahun 2020 Perusahaan X lebih memperhatikan unsur-unsur kebudayaan di Kampung Klayas yang sebagian besar merupakan masyarakat adat Suku Moi. Adapun 7 unsur kebudayaan yang kemudian diperhatikan adalah peralatan dan perlengkapan hidup manusia, mata pencaharian dan sistem ekonomi, sistem kemasyarakatan, bahasa, kesenian, sistem pengetahuan, dan religi (Kluckhohn, 1959). Implementasi program CSR dengan pendekatan kearifan lokal dilakukan pada berbagai program, baik program pendidikan, program peningkatan ekonomi, serta program pengembangan sosial masyarakat. Kearifan lokal sendiri merupakan suatu kekayaan lokal yang berkaitan dengan pandangan hidup yang mengkomodasikan kebijakan berdasarkan tradisi yang berlaku pada suatu daerah sehingga kearifan lokal tidak hanya norma dan nilai-nilai budaya saja (Suaib, 2017). Dengan pengertian ini, maka tentu kearifan lokal menjadi salah satu aspek yang perlu dipertimbangkan dalam proses pemberdayaan masyarakat.

Tabel 3. Program CSR tahun 2020-2022

No	Program CSR	Penerima Manfaat	Status Program
1.	Pengolahan Sagu Terintegrasi dan Pasar Rakyat	60 orang	<i>Continue</i>
2.	Sanggar Seni Aisanun	30 orang	<i>Continue</i>
3.	Penyediaan Akses Pendidikan	60 orang	<i>Continue</i>
4.	Pemenuhan Kebutuhan Air Bersih	433 orang	<i>Continue</i>

Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2022



Gambar 2. Masyarakat Klayas Mengolah Sagu di Sentra Pemberdayaan Masyarakat Perusahaan X

Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2022

Menurut Arif (2019), bagi masyarakat Papua, sago tidak hanya sumber makanan pokok, tetapi juga memberikan seperangkat *emik* sumber pengetahuan, dan sistem religi. Sago menjadi bagian tak terpisahkan dari kebudayaan Papua (Arif, 2019). Dengan adanya program CSR dengan mengangkat pangan lokal sebagai objek program, masyarakat lebih mudah beradaptasi dengan program yang dibangun. Selain itu, pendampingan terhadap kelompok seni dan budaya di Kampung Klayas turut meningkatkan kohesivitas antara perusahaan dan masyarakat adat di Kampung Klayas. Hal ini secara efektif meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Masyarakat merasa perusahaan lebih menghormati kebiasaan dan kebudayaan mereka, sehingga masyarakat lebih terbuka terhadap kehadiran perusahaan. Hal ini dikarenakan menurut Saharuddin (2009) dalam interaksi sosial seseorang juga akan menggunakan pengetahuan budaya tersebut untuk melakukan penilaian sosial terhadap kelompok atau orang lain. Program pendidikan yang dilakukan juga melibatkan sumberdaya manusia lokal Kampung Klayas sehingga proses adaptasi dan penyesuaian program lebih mudah.



Gambar 3. Anggota Sanggar Aisanun
Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2022

Dengan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik wilayah implementasi, hal ini juga mendukung target kemandirian masyarakat yang sesuai dengan rencana strategis yang telah disusun. Berdasarkan kondisi masyarakat yang kondusif, diharapkan pada tahun 2025, program pemberdayaan masyarakat di Kampung Klayas akan memasuki tahap mandiri.

Kesimpulan

Berdasarkan program yang telah dilakukan, diketahui bahwa strategi pendekatan kearifan lokal dan kebudayaan secara efektif mampu mendukung implementasi CSI di Kampung Klayas. Hal ini ditunjukkan dengan peningkatan jumlah penerima manfaat dan keberlanjutan program. Perbedaan drastis antara kebiasaan masyarakat dan jenis program yang dijalankan akan mempersulit masyarakat untuk mengimplementasikannya karena tidak sesuai dengan kebiasaan dan kapasitas masyarakat. Strategi pendekatan kearifan lokal dan kebudayaan merupakan strategi yang cocok digunakan di wilayah adat yang masih kental dengan kebudayaan dan belum banyak terpapar dengan kebudayaan luar. Pendekatan ini juga dapat meningkatkan kohesivitas di antara perusahaan dan masyarakat serta secara internal di tengah masyarakat.

Daftar Pustaka

- Arif, Ahmad. (2019). Sagu Papua untuk dunia. Jakarta: Kepustakaan Popular Gramedia.
- Dahana, Op & Op, Bhatnagar. (1980). *Education and communication for development*. New Delhi: Oxford & IBH Publishing CO.
- Dionisio, M & de Vargas E. R. (2020). Corporate social innovation: A systematic literature review. *International Business Review*.
- Effendy, Onong Uchjana. (2014). Ilmu, komunikasi teori, dan praktek komunikasi. Bandung: PT Citra Aditia Bakti.
- Kasim, KPI. (2021). Pemetaan sosial Distrik Seget. Sorong: Prospect Institute.
- Lubis, Zulkarnain. (2019). Panduan pelaksanaan tulisan sosial. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Marvis, P., Googins, B., & Kiser, C. (2012). *Corporate social innovation*. Lewis Institute, Babson College.
- Saharuddin. (2009). Pemberdayaan masyarakat miskin berbasis kearifan lokal. *Solidaty: Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, dan Ekologi Manusi* Vol. 3 No. 1.
- Seokanto, Soerjono & Sulistyowati, Budi. (2019). *Sosiologi suatu pengantar*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Suaib, Hemanto. (2017). Suku Moi: nilai-nilai kearifan lokal dan modal sosial dalam pemberdayaan masyarakat. Sorong: Animage.
- Theresia, Aprilia. (2015). *Pembangunan berbasis masyarakat*. Bandung: Alfabeta.
- Yapsenang, Dodi. (2022). Strategi pemberdayaan masyarakat Kampung Klayas berdasarkan sustainable livelihood approach. *Prospect: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat* Vol. 1 No.1. p-ISSN: 2827-8224.