

Model *Community Relations* Program Konservasi Agro Forestri Kopi Berbasis *Community Development* CSR PT. Tirta Investama Pandaan

Zainul Ahwan

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Yudharta Pasuruan, Indonesia

zezen@yudharta.ac.id

Submitted April 17, 2025; Revised August 15, 2025; Published; October 1, 2025

Abstrak

Penelitian ini mengkaji peran program Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai strategi *community relations* dalam upaya konservasi lingkungan yang dilaksanakan oleh PT. Tirta Investama Pandaan (Danone-Aqua) di wilayah Prigen, Kabupaten Pasuruan. Program CSR ini mengadopsi pendekatan berbasis partisipasi masyarakat dengan model agroforestri kopi. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif untuk mengeksplorasi dinamika hubungan antara perusahaan dan masyarakat, termasuk tantangan sosial seperti resistensi terhadap program, serta strategi komunikasi yang digunakan perusahaan untuk membangun kembali kepercayaan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara perusahaan dan masyarakat tidak selalu berjalan mulus, terutama pada tahap awal implementasi. Namun, melalui transformasi strategi komunikasi yang lebih dialogis dan partisipatif, perusahaan berhasil membangun hubungan yang lebih setara, kolaboratif, dan berkelanjutan. Program CSR ini tidak hanya memperkuat citra dan legitimasi sosial perusahaan, tetapi juga berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi lokal, pelestarian lingkungan, dan penguatan jejaring kemitraan multipihak. Temuan ini menggarisbawahi bahwa keberhasilan *community relations* dalam konteks CSR sangat bergantung pada sensitivitas terhadap konteks sosial lokal, kemampuan untuk membangun komunikasi lintas aktor, serta komitmen jangka panjang terhadap keberlanjutan hubungan sosial dan ekologis.

Kata kunci: *Community Relations*; Konservasi; Agro Forestri Kopi; *Community Development*. CSR.

Community Relations Program Model for Coffee Agroforestry Conservation Based on *Community Development* CSR PT. Tirta Investama Pandaan

Abstract

This study examines the role of Corporate Social Responsibility (CSR) programs as a community relations strategy in environmental conservation efforts conducted by PT. Tirta Investama Pandaan (Danone-Aqua) in the Prigen area, Pasuruan Regency. The CSR program is implemented through a community-based participatory approach using a coffee agroforestry model. This research employs a qualitative case study approach to explore the dynamics of the relationship between the company and the community, including social challenges such as resistance to the program, and how communication strategies are employed to rebuild trust within the community. The findings indicate that the relationship between the company and the community was not always smooth, especially in the early stages of implementation. However, through a transformation to more dialogic and participatory communication strategies, the company successfully established a more equal, collaborative, and sustainable relationship. This CSR program not only strengthens the company's image and social legitimacy but also contributes to local economic empowerment, environmental preservation, and the strengthening of multi-stakeholder partnerships. The findings highlight that effective community relations in the context of CSR require sensitivity to local social contexts, the ability to build cross-actor communication, and a long-term commitment to the sustainability of social and ecological relations.

Keywords: *Agroforestry Coffee*; *Community Relations*; *Conservations*; *Community Development*. CSR.



This journal follows the Creative Commons Attribution-ShareAlike (CC BY SA) license standard <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Pendahuluan

Dalam era pembangunan berkelanjutan, sektor privat memiliki peran yang semakin penting dalam mendukung kesejahteraan sosial dan pelestarian lingkungan. Salah satu instrumen strategis yang digunakan oleh perusahaan adalah program Corporate Social Responsibility (CSR), yang tidak hanya berfungsi sebagai bentuk tanggung jawab sosial, tetapi juga sebagai bagian dari strategi hubungan komunitas (community relations). Konsep ini menekankan pentingnya membangun kolaborasi yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat, terutama dalam konteks lingkungan yang rentan terhadap eksploitasi sumber daya alam (Carroll & Shabana, 2010).

PT. Tirta Investama Pandaan, sebagai bagian dari Danone-AQUA, telah melaksanakan CSR berbasis pengembangan komunitas melalui program konservasi lingkungan di kawasan Prigen, Kabupaten Pasuruan. Sejak 2010, program ini fokus pada pelestarian sumber daya air, rehabilitasi hutan, edukasi lingkungan, serta penguatan ekonomi masyarakat melalui agroforestri kopi (Danone-AQUA, 2022). Pendekatan ini memosisikan masyarakat tidak hanya sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai subjek aktif dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan konservasi, sesuai dengan prinsip partisipatoris dalam pengembangan masyarakat (Ife & Tesoriero, 2006; Edi, 2016).

Namun, pelaksanaan program ini tidak tanpa tantangan. Pada tahun 2011, misalnya, masyarakat menunjukkan resistensi terhadap program CSR yang dianggap mengancam mata pencaharian tradisional mereka, seperti produksi arang di kawasan hutan (Yudharta University, 2023). Penolakan ini menunjukkan bahwa keberhasilan CSR tidak hanya bergantung pada tujuan baik perusahaan, tetapi juga pada efektivitas komunikasi dan strategi hubungan komunitas yang adaptif serta dialogis (Grunig & Hunt, 1984; Lattimore et al., 2012).

Secara ekologis, wilayah Prigen menghadapi berbagai permasalahan seperti deforestasi, degradasi tanah, hilangnya keanekaragaman hayati, dan risiko kebakaran hutan (Salim, 2010; Wikipedia, 2025). Permasalahan tersebut mendorong PT. Tirta Investama untuk mengembangkan pendekatan integratif dalam konservasi berbasis masyarakat, seperti restorasi hutan, penanaman kopi agroforestri, pelatihan pengolahan kopi, pembangunan wisata edukatif berbasis kopi, serta penguatan kelembagaan melalui koperasi KOTAKOJA (Utami et al, 2023). Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk menjaga kelestarian lingkungan, tetapi juga untuk memperkuat hubungan yang saling menguntungkan dengan masyarakat lokal, dengan membangun citra positif perusahaan.

Dari sudut pandang keilmuan komunikasi, praktik ini menjadi kajian yang menarik karena menggabungkan tiga ranah utama: public relations, community development, dan environmental communication (Yudarwati et al, 2022; Hurt & Stanton, 2023). Salah satu aspek kunci dalam keberhasilan program ini adalah strategi komunikasi perusahaan dalam menjembatani perbedaan kepentingan dengan masyarakat lokal. Hal ini menjadi sangat penting, mengingat bahwa keberlanjutan program CSR sangat bergantung pada keefektifan komunikasi dan pemahaman antara pihak perusahaan dan masyarakat (Grunig & Hunt, 1984).

Namun, pelaksanaan program ini tidak terlepas dari tantangan yang signifikan, seperti resistensi sosial dari masyarakat, kesenjangan informasi, dan hambatan kultural yang ada (Yudharta University, 2023). Tantangan-tantangan tersebut mengindikasikan bahwa meskipun program CSR dilaksanakan dengan tujuan yang baik, masih terdapat kendala yang harus diatasi agar tujuan jangka panjang dapat tercapai. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor penghambat dalam pelaksanaan program konservasi berbasis community development, yang dilaksanakan melalui pendekatan community relations.

Objek penelitian ini berfokus pada program CSR yang dijalankan oleh PT. Tirta Investama Pandaan di kawasan Prigen, Kabupaten Pasuruan, yang menggabungkan pendekatan community relations dengan pengembangan masyarakat berbasis agroforestri

kopi. Penelitian ini akan menggali bagaimana perusahaan melibatkan masyarakat lokal dalam setiap tahap program, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan. Fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami dinamika hubungan antara perusahaan dan masyarakat, serta bagaimana pendekatan yang lebih partisipatif dalam konservasi dapat membantu mengatasi berbagai tantangan yang muncul. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis peran strategi komunikasi yang digunakan perusahaan dalam menjalin komunikasi yang efektif dengan masyarakat, membangun kepercayaan, serta menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dan berkelanjutan.

Permasalahan utama yang menjadi titik tekan dalam penelitian ini adalah bagaimana PT. Tirta Investama dapat mengatasi resistensi sosial yang muncul di kalangan masyarakat, mengingat adanya perbedaan pandangan dan kepentingan dalam hal pemanfaatan sumber daya alam. Beberapa tantangan lain yang akan dianalisis adalah kesenjangan informasi antara pihak perusahaan dan masyarakat, serta hambatan kultural yang mempengaruhi cara masyarakat berinteraksi dengan program CSR ini. Keberhasilan program ini sangat bergantung pada kemampuan perusahaan untuk membangun komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga dialogis, sehingga masyarakat merasa dihargai dan dilibatkan secara aktif dalam setiap keputusan yang diambil. Inilah sebabnya, penelitian ini sangat penting untuk memberikan wawasan lebih dalam mengenai bagaimana program CSR bisa berjalan efektif dan diterima oleh masyarakat lokal.

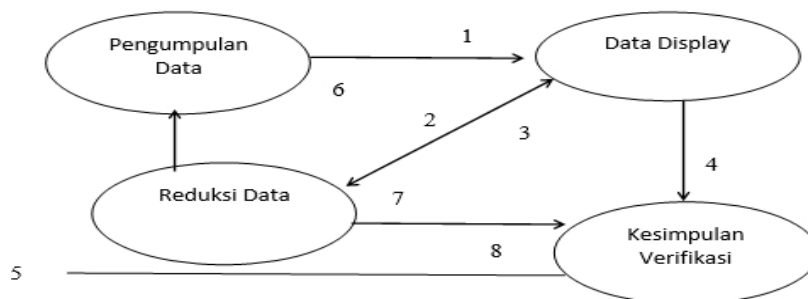
Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana program CSR PT. Tirta Investama Pandaan dapat membangun hubungan yang lebih harmonis dan berkelanjutan dengan masyarakat lokal, melalui pendekatan yang berbasis pada partisipasi aktif masyarakat. Penelitian ini juga akan meneliti bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh perusahaan berfungsi sebagai jembatan antara kepentingan perusahaan dan masyarakat, serta bagaimana komunikasi yang baik bisa memperkuat keberlanjutan program. Dengan memahami faktor-faktor penghambat dan faktor pendukung dalam pelaksanaan program, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna untuk meningkatkan efektivitas dan keberlanjutan program CSR, serta memperdalam pemahaman tentang peran komunikasi dalam menciptakan hubungan yang lebih inklusif dan saling menguntungkan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus untuk menggali informasi secara mendalam mengenai implementasi program CSR yang dijalankan oleh PT. Tirta Investama Pandaan. Fokus penelitian terletak pada dinamika hubungan antara perusahaan dan masyarakat dalam konteks konservasi berbasis agroforestri kopi. Teknik pengumpulan data yang digunakan mencakup wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan tiga informan kunci: pertama, Kepala Program CSR PT. Tirta Investama Pandaan yang memberikan wawasan tentang perencanaan dan pelaksanaan program; kedua, Ketua Koperasi KOTAKOJA yang mewakili kelompok petani kopi dan menjelaskan tantangan serta dampak sosial-ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat; dan ketiga, perwakilan dari Yayasan Satu Daun yang berfokus pada aspek pendampingan dan penguatan kapasitas masyarakat lokal. Data sekunder juga dikumpulkan dari berbagai sumber seperti jurnal, artikel, laporan, dan dokumentasi terkait (Miles & Huberman, 1994).

Analisis data dilakukan menggunakan metode Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahap: pengumpulan data, reduksi data, dan penyajian data. Proses ini dilakukan secara berulang untuk memastikan konsistensi dan kedalaman analisis (Miles & Huberman, 1994). Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan berbagai informan dan sumber data sekunder yang relevan (Hirose & Creswell, 2023). Selain itu, untuk meningkatkan kredibilitas hasil penelitian, digunakan juga teknik member checking, di mana hasil wawancara diverifikasi dengan informan untuk memastikan akurasi

informasi yang diperoleh. Dengan demikian, validitas dan keandalan data dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.



Gambar 1. Teknik Analisis Data

Sumber : (Miles & Huberman)

Hasil dan Pembahasan

Corporate Social Responsibility (CSR) saat ini tidak hanya dilihat sebagai kewajiban hukum atau tindakan filantropis, tetapi sebagai bagian integral dari strategi keberlanjutan perusahaan, yang dapat memperkuat reputasi, legitimasi sosial, dan membangun kepercayaan publik (Purba, 2010; Damayanti, 2023). PT. Tirta Investama Pandaan mengimplementasikan CSR dengan pendekatan yang selaras dengan prinsip Good Corporate Governance (GCG), yang mengedepankan transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, dan keadilan dalam setiap aktivitas yang dijalankannya (Ralston, 2012; Andian, 2019). Pendekatan ini memperlihatkan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat, tetapi juga terhadap cara pengelolaan internal yang memberikan dampak positif jangka panjang, yang pada akhirnya memperkuat hubungan perusahaan dengan publik dan meningkatkan citra perusahaan.

Kolaborasi aktif antara perusahaan dan masyarakat yang didorong oleh CSR PT. Tirta Investama Pandaan menjadi bukti bahwa pendekatan ini bukan hanya sekadar memberi manfaat sosial, tetapi juga mengarah pada hubungan yang lebih setara dan saling menguntungkan. Sinaga et al. (2015) dan Damayanti (2023) menyatakan bahwa strategi Community Relations dalam CSR bertujuan untuk menjadikan masyarakat sebagai mitra sejajar dalam pembangunan berkelanjutan. Dalam konteks ini, PT. Tirta Investama mengintegrasikan CSR dengan strategi Community Relations yang mengedepankan keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program. Hal ini menjadikan masyarakat bukan sekadar objek penerima manfaat, tetapi subjek yang aktif dalam program yang dijalankan, meningkatkan rasa tanggung jawab bersama, serta mendorong keberlanjutan dari program yang telah diterapkan.

Perusahaan telah melakukan tahapan dan dapat dirincikan sebagai berikut:

a. Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) telah berkembang menjadi elemen krusial dalam strategi keberlanjutan perusahaan, bukan sekadar kewajiban hukum atau tindakan filantropis, tetapi sebagai investasi sosial jangka panjang yang bertujuan memperkuat reputasi, legitimasi sosial, dan membangun kepercayaan publik terhadap perusahaan (Nopriyanto, 2024). PT. Tirta Investama Pandaan, sebagai bagian dari Danone-AQUA, mengimplementasikan CSR dengan pendekatan yang sejalan dengan prinsip Good Corporate Governance (GCG), yang menekankan pada transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, dan keadilan dalam setiap langkahnya (Sianturi et al, 2025). Penerapan prinsip-prinsip GCG ini

memperlihatkan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada pencapaian tujuan sosial dan lingkungan, tetapi juga memastikan bahwa semua kegiatan CSR dilaksanakan dengan cara yang transparan dan adil. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya membangun citra positif, tetapi juga memperkuat hubungan yang lebih kuat dan terpercaya dengan masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya.

Selain itu, CSR PT. Tirta Investama Pandaan juga mengintegrasikan strategi Community Relations yang bertujuan untuk menciptakan kolaborasi yang aktif antara perusahaan dan masyarakat sebagai mitra sejajar dalam pembangunan yang berkelanjutan (Sinaga et al., 2015). Pendekatan ini mengubah peran masyarakat dari sekadar penerima manfaat menjadi mitra yang aktif dalam merencanakan dan melaksanakan program-program CSR. Hal ini menciptakan hubungan yang lebih setara, memperkuat rasa kepemilikan dan tanggung jawab bersama, serta memastikan keberlanjutan program dalam jangka panjang. Dengan demikian, implementasi CSR ini tidak hanya mendukung pembangunan sosial dan lingkungan, tetapi juga memperkuat ketahanan hubungan antara perusahaan dan masyarakat, menciptakan nilai yang lebih berkelanjutan. Model manajemen strategis yang diterapkan, seperti yang diuraikan oleh Wheelen dan Hunger (Wahidin, 2020), juga terlihat jelas dalam proses perencanaan dan evaluasi program, di mana perusahaan secara sistematis merumuskan tujuan, strategi, serta mekanisme evaluasi untuk memastikan bahwa program CSR berjalan sesuai dengan harapan dan memberikan manfaat maksimal.

PT. Tirta Investama Pandaan melaksanakan program CSR dengan mengikuti tahapan yang terstruktur untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan program konservasi yang dilaksanakan. Tahapan pertama adalah Scanning Lingkungan, di mana perusahaan mengumpulkan fakta dan data terkait kondisi lingkungan sekitar, termasuk permasalahan seperti kebakaran hutan, penebangan liar, dan kurangnya pemanfaatan yang optimal oleh masyarakat terhadap sumber daya alam yang ada (Hidayati et al., 2024). Proses ini sangat penting untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan yang ada, sehingga program konservasi dapat disesuaikan dengan kondisi lokal dan memberikan dampak yang maksimal.

Tahap kedua adalah Formulasi Strategi (Perencanaan), di mana perusahaan melibatkan berbagai pemangku kepentingan dalam proses perencanaan. Pendekatan yang digunakan adalah pendampingan melalui diskusi dan interaksi personal untuk merumuskan strategi CSR yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta tujuan konservasi (Putri & Irfan, 2024). Pendekatan ini memastikan bahwa strategi yang dirumuskan tidak hanya memenuhi tujuan perusahaan, tetapi juga mempertimbangkan keberlanjutan jangka panjang dan partisipasi aktif masyarakat. Selanjutnya, Implementasi Strategi dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa faktor kunci seperti komitmen pimpinan perusahaan, ukuran dan kematangan perusahaan, serta regulasi perpajakan yang ada (Wahidin, 2020). Tahap ini mencakup pelaksanaan berbagai program konservasi, dari rehabilitasi hutan hingga penguatan ekonomi lokal melalui agroforestri kopi.

Akhirnya, pada tahap Evaluasi dan Keberlanjutan Program, evaluasi dilakukan secara berkala oleh Komunitas Petani Kopi untuk mengidentifikasi kendala-kendala yang muncul, seperti masalah komunikasi yang dapat menghambat efektivitas program. Evaluasi ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi kepada Public Relations agar program dapat berjalan lebih optimal dan memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat dan perusahaan (Damayanti, 2023). Dengan melakukan evaluasi secara rutin, perusahaan dapat memastikan bahwa program CSR tetap relevan dengan kebutuhan masyarakat dan dapat terus beradaptasi dengan perubahan kondisi lingkungan dan sosial.

b. CSR sebagai Investasi Sosial yang Menguntungkan

Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan kini dipandang lebih dari sekadar kewajiban hukum atau upaya untuk memenuhi harapan pasar. CSR telah bertransformasi menjadi investasi sosial yang memberi dampak positif terhadap

keberlanjutan perusahaan itu sendiri (Mundlofar, 2023). Pendekatan ini sangat erat kaitannya dengan konsep triple bottom line, yang menekankan tiga pilar utama: people (manusia), planet (lingkungan), dan profit (keuntungan) (Elkington, 1997; Lumi et al., 2023). Melalui pendekatan ini, keberhasilan perusahaan tidak hanya diukur berdasarkan keuntungan finansial, tetapi juga kontribusinya terhadap pembangunan sosial dan pelestarian lingkungan hidup (Pilaradiwangsa, 2024). Pendekatan ini mencerminkan pentingnya perusahaan untuk berperan aktif dalam menjaga keseimbangan antara keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan citra perusahaan sebagai entitas yang bertanggung jawab.

Di Indonesia, implementasi CSR sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya Pasal 1 Ayat 3, yang menegaskan bahwa CSR merupakan kewajiban moral dan yuridis untuk mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat (Perkim, n.d.). PT. Tirta Investama Pandaan telah melaksanakan CSR dengan tidak hanya berfokus pada aspek sosial dan lingkungan, tetapi juga pada aspek ekonomi, khususnya dalam pengembangan masyarakat lokal melalui berbagai inisiatif berbasis kolaborasi (Lumi et al., 2023). Dengan demikian, perusahaan berupaya menciptakan hubungan simbiosis yang saling menguntungkan antara perusahaan dan masyarakat setempat, yang diharapkan dapat memperkuat legitimasi sosial perusahaan dan meningkatkan reputasinya di mata publik.

c. Implementasi Community Relations melalui Pendekatan Partisipatif

Program CSR PT. Tirta Investama yang dilaksanakan di Desa Jatiarjo menjadi contoh nyata dari implementasi CSR berbasis community relations. Dalam program ini, perusahaan mengadopsi pendekatan partisipatif yang menekankan pentingnya peran serta masyarakat lokal dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan CSR (Zahro, 2025). Pendekatan ini bertujuan tidak hanya untuk menjaga kelestarian lingkungan, tetapi juga untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat melalui peningkatan keterampilan dan pendapatan (Wicaksono, 2024). Oleh karena itu, program ini menunjukkan bagaimana perusahaan tidak hanya sekadar memberikan bantuan, tetapi melibatkan masyarakat secara langsung dalam proses pengambilan keputusan, menjadikan mereka mitra yang aktif dalam keberhasilan program.

Model yang diterapkan adalah konservasi hutan berbasis agroforestri kopi, yang tidak hanya memberikan dukungan teknis dan pelatihan mengenai budidaya kopi organik, tetapi juga mendampingi masyarakat dalam mengelola koperasi petani kopi (Aji, 2022). Inisiatif ini tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga pada kelestarian lingkungan, di mana sistem agroforestri kopi bertujuan untuk memperbaiki kualitas tanah dan mencegah erosi (Zahro, 2025). Selain itu, perusahaan juga mendukung pembangunan infrastruktur seperti jalan pertanian dan penyediaan sumber air bersih, yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas pertanian serta kualitas hidup masyarakat desa (Wicaksono, 2024). Pendekatan ini mencerminkan peran perusahaan yang lebih sebagai mitra, bukan sekadar pemberi bantuan, yang bekerja sama dengan masyarakat untuk mencapai tujuan bersama dan memastikan keberlanjutan jangka panjang dari program yang dilaksanakan (Zahro, 2025).

d. Strategi Kemitraan dalam Community Relations

Salah satu aspek yang membedakan pendekatan CSR PT. Tirta Investama di Desa Jatiarjo adalah model kemitraan yang diusung, di mana perusahaan, masyarakat desa, dan organisasi pendamping lokal (seperti LSM atau perguruan tinggi mitra) saling bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama (Zahro, 2025). Model kemitraan tiga sektor ini memberikan manfaat ganda: tidak hanya memperkuat kapasitas masyarakat setempat, tetapi juga mendukung pengelolaan program CSR yang lebih transparan dan akuntabel (Aji, 2022). Dengan melibatkan berbagai pihak, perusahaan memastikan bahwa setiap langkah program

dilaksanakan dengan pertimbangan yang lebih holistik, meminimalkan potensi ketidaksesuaian antara tujuan perusahaan dan kebutuhan masyarakat.

Melalui strategi kemitraan ini, hubungan antara perusahaan dan masyarakat desa bertransformasi dari model top-down yang cenderung paternalistik menjadi model yang lebih kolaboratif dan mutualistik (Sinaga et al., 2015). Dalam model baru ini, baik perusahaan maupun masyarakat memiliki peran yang setara dalam merencanakan dan mengimplementasikan program yang berkelanjutan (Wicaksono, 2023). Keberhasilan program ini juga terlihat dalam peningkatan kemampuan masyarakat untuk mengelola koperasi kopi serta pelaksanaan program pelatihan yang memberikan keterampilan baru untuk meningkatkan kualitas produk kopi mereka (Zahro, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan masyarakat yang mengedepankan partisipasi aktif tidak hanya memperkuat posisi masyarakat, tetapi juga mengarah pada pembangunan yang lebih berkelanjutan. Program-program ini memberikan dampak jangka panjang yang tidak hanya mencakup aspek ekonomi, tetapi juga sosial dan lingkungan yang lebih luas (Sinaga et al., 2015).

e. Peran Kemitraan Tiga Sektor dalam Penguatan Program

Keberhasilan program CSR PT. Tirta Investama di Desa Jatiarjo tidak hanya ditentukan oleh peran perusahaan semata, tetapi juga oleh sinergi antara tiga sektor utama: perusahaan (sektor swasta), masyarakat desa, dan organisasi pendamping lokal, seperti LSM atau perguruan tinggi mitra. Ketiga sektor ini saling melengkapi dan bekerja bersama untuk mencapai tujuan yang lebih besar, yaitu meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dan menjaga kelestarian lingkungan (Zahro, 2025). Kolaborasi antar sektor ini memungkinkan pendekatan yang lebih efektif dalam merespons tantangan sosial dan lingkungan yang ada, serta memastikan keberhasilan program dalam jangka panjang.

Selain itu, pemerintah desa memainkan peran penting dalam memfasilitasi proses monitoring dan evaluasi program secara partisipatif. Dengan melibatkan pemerintah desa dalam evaluasi, prinsip check and balance dapat diterapkan secara transparan, sehingga program CSR dapat berjalan dengan lebih baik dan memberikan manfaat yang maksimal (Mustofa, 2012). Pemerintah desa juga memastikan bahwa sumber daya yang digunakan dalam program ini didistribusikan secara efisien dan tepat sasaran, sehingga lebih banyak manfaat dapat dirasakan oleh masyarakat (Sri, 2021). Sinergi antara sektor-sektor ini juga memperkuat kapasitas kelembagaan lokal, yang sangat penting untuk memastikan keberlanjutan program CSR setelah masa pendampingan perusahaan berakhir (Zahro, 2025). Kolaborasi lintas sektor ini menunjukkan bahwa program CSR PT. Tirta Investama tidak hanya berhasil dari segi teknis, tetapi juga dalam hal penguatan kapasitas komunitas dan tata kelola yang baik, menjadikannya contoh yang baik bagi perusahaan lain yang ingin mengimplementasikan CSR berbasis community relations (Aji, 2022; Wicaksono, 2024).

Kesimpulan

Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) oleh PT. Tirta Investama Pandaan di kawasan Prigen, Pasuruan, merupakan contoh nyata dari strategi keberlanjutan yang berhasil mengintegrasikan pendekatan *community development* dan *community relations*. Program CSR yang dilaksanakan tidak hanya berfokus pada tanggung jawab sosial dan lingkungan, tetapi juga diposisikan sebagai investasi sosial jangka panjang yang memberikan dampak positif bagi perusahaan dan masyarakat. Melalui penerapan prinsip Good Corporate Governance (GCG) dan pendekatan partisipatif dalam konservasi berbasis agroforestri kopi, program ini berhasil melibatkan masyarakat lokal sebagai mitra aktif dalam proses pembangunan. Hal ini menunjukkan bahwa CSR yang efektif dapat menciptakan hubungan simbiosis yang saling menguntungkan antara perusahaan dan masyarakat.

Meskipun demikian, program ini tidak lepas dari tantangan, seperti resistensi sosial dan hambatan komunikasi yang sering kali muncul. Namun, melalui strategi adaptif dan kemitraan

kolaboratif antara perusahaan, masyarakat lokal, dan organisasi pendamping, keberlanjutan program dapat dipertahankan. Pendekatan ini mencerminkan praktik komunikasi strategis yang menggabungkan ranah public relations, environmental communication, dan social development, yang berperan penting dalam menjembatani perbedaan kepentingan dan memastikan keterlibatan aktif dari semua pihak. Keberhasilan CSR PT. Tirta Investama Pandaan mengingatkan kita bahwa pencapaian tujuan jangka panjang tidak hanya bergantung pada niat baik perusahaan, tetapi juga pada efektivitas komunikasi, keterlibatan masyarakat, serta kemitraan yang setara dalam membangun masa depan yang berkelanjutan.

Penelitian ini memberikan gambaran penting tentang implementasi CSR yang melibatkan masyarakat secara aktif, namun masih banyak aspek yang dapat dieksplorasi lebih dalam. Penelitian lanjutan dapat fokus pada analisis lebih rinci mengenai dampak jangka panjang dari program CSR terhadap ekonomi lokal, termasuk dampaknya terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat dan keberlanjutan ekonomi setelah program berakhir. Selain itu, dapat dilakukan penelitian tentang bagaimana strategi komunikasi lebih lanjut dapat diterapkan untuk mengatasi resistensi sosial yang muncul di berbagai komunitas. Penelitian juga dapat mencakup pengaruh model kemitraan tiga sektor terhadap keberlanjutan program CSR di daerah lain, untuk melihat apakah model yang sama dapat diterapkan di konteks yang berbeda.

Referensi

- Aji, F.R. (2022). Pendampingan Petani Kopi oleh PT Tirta Investama Pandaan: Konservasi dan Pemberdayaan Ekonomi. CBN-Indonesia.com. [Online] Tersedia di: <https://www.cbn-indonesia.com/pt-aqua-danone-pandaan-lakukan-pendampingan-untuk-petani-kopi-prigen/> [Diakses 14 Apr 2025].
- Andian, N.P. (2019). Pentingnya Implementasi Corporate Social Responsibility Pada Masyarakat Indonesia. Lex Jurnalica.
- Carroll, A.B. & Shabana, K.M. (2010) 'The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice', *International Journal of Management Reviews*, 12(1), pp. 85–105.
- Damayanti, N. (2023). Implementasi Corporate Social Responsibility penyaluran air bersih: Studi deskriptif pada PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk Citeureup Bogor. Diploma thesis, UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Danone-AQUA. (2022) Laporan Keberlanjutan Danone-AQUA. [online] Tersedia di: <https://www.danoneaqua.com> [Diakses 14 Apr. 2025].
- Edi, M. (2016) *Pembangunan Masyarakat: Kajian Teoretis dan Praktik*. Jakarta: Kencana.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing.
- Grunig, J.E. & Hunt, T. (1984) *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Hidayati, N., Zamzam, N. A. N., & Afrianto, D. (2024). Analisis Dampak Program Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Citra Merek pada Industri Retail. *Journal of Mandalika Literature*, 5(3), 576-583.
- Hirose, M., & Creswell, J. W. (2023). Applying core quality criteria of mixed methods research to an empirical study. *Journal of Mixed Methods Research*, 17(1), 12-28.

- Hurt, C., & Stanton, T. K. (2023). Community engagement as community development: Making the case for multilateral, collaborative, equity-focused campus-community partnerships. *Community Development*, 54(6), 875-898.
- Ife, J. & Tesoriero, F. (2006) Community Development: Community-Based Alternatives in an Age of Globalisation. 3rd ed. Frenchs Forest: Pearson Education Australia.
- Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S.T. & Toth, E.L. (2012) Public Relations: The Profession and the Practice. 4th ed. New York: McGraw-Hill.
- Lumi, C.A., Pio, R.J., & Rumawas, W. (2023). Implementasi Corporate Social Responsibility Berdasarkan Konsep Triple Bottom Line pada PT Bank SulutGo. *Productivity*, Vol. 4 No. 4. [Online] Tersedia di: <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/download/48261/42687/111483> [Diakses 14 Apr 2025].
- Mundlofar. (2023). Mengenal Konsep 3 Bottom Line dalam CSR. [Online] Tersedia di: <https://www.bsk.co.id/apa-itu-3-bottom-line-csr/> [Diakses 14 Apr 2025].
- Nopriyanto, A. (2024). Analisis pengaruh corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 1-12.
- Perkim. (n.d.). CSR Belum Berhasil Jika Belum Mengenal Konsep Triple Bottom Line. [Online] Tersedia di: <https://perkim.id/csr/csr-belum-berhasil-jika-belum-mengenal-konsep-triple-bottom-line/> [Diakses 14 Apr 2025].
- Pilaradiwangsa, F. (2024). Analisis Konsep Triple Bottom Line dalam Program Corporate Social Responsibility. *Borobudur Communication Review*, Vol. 4 No. 1. [Online] Tersedia di: <https://journal.unimma.ac.id/index.php/bcrev/article/download/12139/5287/> [Diakses 14 Apr 2025].
- Purba, H. (2010). Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Sistem Hukum Indonesia. *Semantic Scholar*. [Online] Tersedia di: <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:166949233> [Diakses 14 Apr 2025].
- Putri, D. C., & Irfan, M. (2024). STRATEGI PEMBERDAYAAN UMKM DALAM PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. ANGKASA PURA II. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 5(3), 191-198.
- Ralston, A. (2012). Corporate Social Responsibility in Europe and the U.S.: Insights from Businesses' Self-Presentations. *Academia.edu*.
- Salim, E. (2010) Lingkungan Hidup dan Pembangunan Berkelanjutan di Indonesia. Jakarta: LP3ES.
- Sianturi, R., Sormin, M. S., Purba, D., & Aruan, H. M. G. P. (2025). Good Corporate Governance & Corporate Social Responsibility. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1360-1368.
- Sinaga, R., Siregar, H., & Sitorus, T. (2015). Manajemen Strategis Community Relations. Jakarta: Penerbit XYZ.
- Utami, W. S., Juliani, R., Abidin, Z., Santoso, S., Rahayu, A. D., & Ankhoviyya, N. (2023). POTENSI CADANGAN KARBON DAN SERAPAN CO2 ACACIA MANGIUM DI TAMAN KEANEKARAGAMAN HAYATI PT TIRTA INVESTAMA, CISALAK, SUBANG. *Jurnal Rimba Lestari*, 3(2), 74-82.
- Wahidin, A. (2020). Implementasi Model Wheelen dan Hunger dalam Manajemen Strategis CSR. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis XYZ*.

- Wicaksono, H. (2024). Program Konservasi Berbasis Agroforestri di Desa Jatiarjo: Dampak dan Implementasi. *Jurnal Ilmiah Pertanian*. [Online] Tersedia di: <https://www.kabarpas.com/konsistensi-aqua-keboncandi-dalam-program-konservasi-mendapat-apresiasi-pemkab-pasuruan/> [Diakses 14 Apr 2025].
- Wikipedia. (2025) 'Ledug, Prigen'. [online] Tersedia di: https://id.wikipedia.org/wiki/Ledug_Prigen [Diakses 14 Apr. 2025].
- Yudarwati, G. A., & Gregory, A. (2022). Improving government communication and empowering rural communities: Combining public relations and development communication approaches. *Public Relations Review*, 48(3), 102200.
- Yudharta University. (2023) Laporan Monitoring Program CSR PT. Tirta Investama Pandaan. Pasuruan: Universitas Yudharta Pasuruan
- Zahro, S.L. (2025). Peran Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Tirta Investama Pandaan pada Potensi Wisata Kampung Kopi Desa Jatiarjo. Skripsi. Universitas Negeri Malang.