

## Implementasi Program CSR “One Village One Product: Budidaya Ikan Air Tawar” dalam Membangun Reputasi Perusahaan

Nabila Luthfiyah\*, Andalusia Neneng

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*nabila110601@gmail.com, andalusianp@gmail.com

**Abstract.** Corporate Social Responsibility (CSR) programs such as "One Village One Product: Freshwater Fish Cultivation" are the main strategy for the company PT. Mifa Bersaudara in order to build a sustainable reputation. Companies do not only operate to make a profit, but also pay attention to the interests of society and preserve the environment. This is proven by one of PT's PPM (Community Development and Empowerment) programs. Mifa Brothers, the PPM Program is a form of CSR from the company PT. Mifa Brothers. This program is a form of responsibility towards consumers, employees, shareholders and the environment in all aspects of company operations such as issues that impact the environment such as pollution, waste, product and labor safety. The aim of this research is to obtain information regarding socialization and how to build interaction with the One Village One Product CSR program, as well as to find out the reasons for creating the reputation of the PT company. Mifa Bersaudara through the One Village One Product CSR program. The research method used is qualitative with a case study approach. The results of this research are PT. Mifa Brothers carries out a CSR program that focuses on cultivating freshwater fish in Ujong Drien Village. The company communicates and collaborates with local communities and several agencies. The company also listens to input from the community and provides practical training. This program not only strengthens relations but also paves the way for continued mutual progress. PT. Mifa Brothers shows a strong commitment to sustainability and corporate social responsibility, which is proven by their achievements in awards events. This helps enhance their reputation as agents of change who care about the well-being of society.

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility (CSR), Company, Reputation.*

**Abstrak.** Program Corporate Social Responsibility (CSR) seperti “One Village One Product: Budidaya Ikan Air Tawar” menjadi strategi utama bagi perusahaan PT. Mifa Bersaudara dalam membangun reputasi yang berkelanjutan. Perusahaan tidak hanya beroperasi untuk meraih keuntungan saja, tetapi juga memperhatikan kepentingan masyarakat dan melestarikan lingkungan. Dibuktikan dari salah satu program PPM (Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat) PT. Mifa Bersaudara, Program PPM merupakan bentuk CSR dari perusahaan PT. Mifa Bersaudara. Program ini adalah sebuah bentuk tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan seperti masalah-masalah yang berdampak pada lingkungan seperti polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi mengenai sosialisasi dan cara membangun interaksi program CSR One Village One Product, serta untuk mengetahui alasan terciptanya reputasi perusahaan PT. Mifa Bersaudara melalui program CSR One Village One Product. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil dari penelitian ini adalah PT. Mifa Bersaudara melakukan program CSR yang berfokus pada budidaya ikan air tawar di Desa Ujong Drien. Perusahaan berkomunikasi dan bekerjasama dengan masyarakat setempat dan beberapa instansi. Perusahaan juga mendengarkan masukan dari masyarakat dan memberikan pelatihan praktis. Program ini tidak hanya memperkuat hubungan tetapi juga membuka jalan bagi kemajuan bersama yang berkelanjutan. PT. Mifa Bersaudara menunjukkan komitmen kuat terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan, yang terbukti dengan prestasi mereka dalam ajang penghargaan. Ini membantu meningkatkan reputasi mereka sebagai agen perubahan yang peduli terhadap kesejahteraan Masyarakat.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility (CSR), Perusahaan, Reputasi.*

## A. Pendahuluan

PT Mifa Bersaudara merupakan salah satu perusahaan batu bara yang didirikan pada tahun 2002. Sejak awal didirikan hingga saat ini, PT Mifa Bersaudara menjalankan operasi pertambangan batu bara yang berlokasi di wilayah Aceh Barat, provinsi Aceh. Tanggung jawab sosial adalah bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kegiatan operasional perusahaan. Perusahaan akan hidup, tumbuh, dan berkembang dengan baik apabila mendapatkan dukungan dari masyarakat yang berada disekitar lingkungan perusahaan. Masyarakat merupakan subjek utama kebutuhan perusahaan akan sumber daya manusia dan pemakai produk perusahaan.

Al-Qur'an sudah mengingatkan bahwa kerusakan di bumi merupakan praktik manusia. Dalam surah Arrum ayat 41, yakni “Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan perbuatan tangan manusia. (Melalui hal itu) Allah membuat mereka merasakan sebagian dari (akibat) perbuatan mereka agar mereka kembali (ke jalan yang benar).” Dari ayat tersebut dapat dijelaskan bahwa Umat Islam memiliki tanggungjawab untuk berbuat baik dan mencegah praktik kemungkaran di muka bumi ini tanpa terkecuali melakukan praktik apapun itu, termasuk pengelolaan sumber daya alam.

Oleh karena itu perusahaan tidak hanya beroperasi untuk meraih keuntungan saja, tetapi juga memperhatikan kepentingan masyarakat dan melestarikan lingkungan. Dibuktikan dari salah satu program PPM (Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat) PT Mifa Bersaudara, Program PPM merupakan bentuk CSR dari perusahaan PT Mifa Bersaudara program ini adalah sebuah bentuk tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan seperti masalah-masalah yang berdampak pada lingkungan seperti polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja.

One Village One Product yang menjadi konsep dasar program CSR PT Mifa bersaudara yang diharapkan dapat menghindari terjadinya persaingan tidak sehat di antara desa-desa bertetangga karena setiap desa dapat mengembangkan produk unggulan yang saling berbeda. Mereka dapat mengisi pasar yang sama tanpa harus bersaing secara langsung. Dengan demikian, kejenuhan pasar akibat membanjirnya produk yang sama dapat dicegah. Namun demikian, ada kemungkinan bahwa suatu desa menjadi terlalu “sibuk” dengan produk unggulannya sehingga melupakan kemungkinan atau peluang adanya produk potensial lain yang mungkin dapat dikembangkan. Ada kekhawatiran bahwa suatu desa menjadi terlalu berorientasi pada produk masa kini dan mengabaikan peluang untuk mengembangkan produk masa depan yang barangkali pada saat ini belum diterima para atau belum memberikan keuntungan financial yang memadai. Padahal ada kemungkinan di masa mendatang produk tersebut justru dapat menjadi tulang punggung perekonomian daerah kota hingga warga desa-an.

Selain itu, landasan lainnya tindakan pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Perusahaan, seperti yang tertuang dalam UU 40 Tahun 2007 dan PP 47 Tahun 2012 adalah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Di dalam Pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, batasan TJSL adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. (Mifa Bersaudara, 2024)

Stakeholder adalah kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Menurut Freeman dan McVea (2001) dalam jurnal *I Made Karya Utama* (2012) Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para Stakeholder perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR, dengan melaksanakan CSR diharapkan keinginan dari Stakeholder dapat terpenuhi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara para perusahaan dengan para Stakeholdernya. Hubungan yang harmonis juga dapat membuat perusahaan mencapai keberlanjutan dan kelestarian perusahaannya.

## B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus. Menurut Denzin dan Lincoln (Moleong, 2018), penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang memiliki dasar ilmiah dan bertujuan untuk menginterpretasikan fenomena yang sedang terjadi. Pendekatan ini melibatkan sejumlah metode seperti wawancara, pengamatan, dan analisis

berbagai dokumen. Dengan demikian, dalam penelitian kualitatif ini fokus utama tertuju pada konteks penelitian yang sesuai dengan realitas yang sedang diamati, sehingga menghasilkan informasi yang dapat dengan mudah dipahami dan menggambarkan fakta yang ada.

### **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

#### **PT Mifa Bersaudara Mensosialisasikan Program CSR *One Village One Product*: Budidaya Ikan Air Tawar**

Dalam rangka meningkatkan interaksi dan keterlibatan dengan masyarakat, perusahaan melakukan serangkaian upaya sosialisasi langsung dengan masyarakat setempat untuk memahami potensi-potensi yang dapat menjadi dasar bagi program CSR PT. Mifa Bersaudara yang berkelanjutan. Melalui pertemuan-pertemuan komunitas dan forum terbuka, perusahaan menjelaskan tujuan program, manfaatnya bagi masyarakat, dan proses implementasinya. Selain itu, PT Mifa Bersaudara menyediakan sumber daya dan informasi yang diperlukan kepada masyarakat tentang teknik-teknik budidaya ikan air tawar yang efektif. PT. Mifa Bersaudara juga memberikan pelatihan serta akses bantuan benih terhadap masyarakat yang membuat masyarakat tertarik dan menerima program CSR tersebut.

Dengan demikian, PT Mifa Bersaudara tidak hanya memberikan dukungan finansial, tetapi juga teknis dan praktis untuk membantu masyarakat meraih kesuksesan dalam program CSR ini. Selama proses sosialisasi, PT Mifa Bersaudara juga terbuka terhadap masukan dan aspirasi dari masyarakat. Mereka berupaya untuk membangun kemitraan yang inklusif dan berkelanjutan, di mana kebutuhan dan kepentingan masyarakat menjadi prioritas utama. Upaya sosialisasi yang dilakukan PT. Mifa Bersaudara diantaranya adalah Identifikasi peluang, Pengelompokkan, dan pengimplementasian.

Perencanaan program CSR ini juga sifatnya partisipatif jadi perencanaan ini dibuat bukan karena kepentingan Perusahaan saja tetapi sesuai dengan kebutuhan Masyarakat. Social Mapping yang dilakukan oleh PT. Mifa Bersaudara setiap 4 tahun sekali guna mengetahui apa yang dibutuhkan oleh Masyarakat, seperti yang dikatakan oleh European Commission dalam laman media Online yang ditulis oleh Syndicat European Trade Union bahwa CSR merupakan sebuah konsep perusahaan yang mengintegrasikan perhatian terhadap sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan (Stakeholder) berdasarkan prinsip kesukarelaan.

#### **Upaya PT Mifa Bersaudara Membangun Interaksi dengan Masyarakat Meulaboh dalam Tahapan Program CSR *One Village One Product*: Budidaya Ikan Air Tawar**

PT. Mifa Bersaudara berkomitmen untuk memperkuat interaksi dan keterlibatan dengan masyarakat Meulaboh dalam melaksanakan program CSR "One Village One Product" yang berfokus pada budidaya ikan tawar. Pertama-tama, perusahaan melakukan serangkaian kegiatan diskusi dengan tokoh-tokoh masyarakat, pemimpin lokal, serta kelompok-kelompok komunitas di desa Ujong Drien. Dalam forum ini, PT. Mifa Bersaudara memperkenalkan konsep program tersebut secara komprehensif, menjelaskan manfaatnya bagi ekonomi lokal dan lingkungan, serta memberikan ruang bagi masukan dan aspirasi dari masyarakat.

Seperti yang ditulis dalam Peraturan tentang CSR yang ada di dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) pasal 1 ayat 3. Dalam pasal tersebut, dijelaskan bahwa Corporate Social Responsibility adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas masyarakat dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya.

PT Mifa Bersaudara dengan tekun mempelajari kebutuhan dan aspirasi masyarakat Desa Ujong Drien. Mereka mendengarkan suara masyarakat tentang kesulitan dan harapan masyarakat, serta bersedia menjadi mitra dalam mewujudkan impian mereka. Bersama-sama, mereka membahas potensi-potensi yang dapat dikembangkan dalam budidaya ikan air tawar di wilayah tersebut.

Tidak hanya berhenti pada hal tersebut, PT. Mifa Bersaudara juga menyelenggarakan pelatihan praktis tentang teknik-teknik budidaya ikan air tawar yang efektif. Melalui kegiatan

ini, hubungan antara perusahaan dan masyarakat menjadi semakin erat. Terlihat dari antusiasme Masyarakat desa Ujong Drien yang bersedia ikut serta dalam program CSR PT. Mifa Bersaudara Budidaya Ikan Air Tawar, yang siap terlibat aktif dalam mewujudkan visi bersama untuk meningkatkan kesejahteraan melalui budidaya ikan air tawar. Dengan demikian, langkah-langkah yang dilakukan PT. Mifa Bersaudara dalam membangun interaksi dengan masyarakat Meulaboh tidak hanya menghasilkan hubungan yang kokoh, tetapi juga membuka jalan bagi kemajuan bersama yang berkelanjutan.

### **Upaya PT. Mifa Bersaudara Mengimplementasikan Program CSR *One Village One Product*: Budidaya Ikan Air Tawar dalam Membangun Reputasi Perusahaan**

Implementasi program CSR "One Village One Product" yang difokuskan pada budidaya ikan air tawar oleh PT Mifa Bersaudara memiliki dampak yang signifikan dalam membangun reputasi perusahaan mereka. Langkah-langkah yang diambil tidak hanya bertujuan untuk memberikan manfaat langsung bagi masyarakat, tetapi juga untuk menciptakan citra perusahaan sebagai agen perubahan yang bertanggung jawab dan peduli terhadap kesejahteraan komunitas.

Melalui program ini, PT Mifa Bersaudara memperlihatkan komitmen yang kuat terhadap prinsip-prinsip keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan. Mereka secara aktif terlibat dalam membangun interaksi yang positif dengan masyarakat setempat, mendengarkan aspirasi dan kebutuhan mereka, serta bekerja sama untuk menciptakan solusi-solusi yang berkelanjutan. Dengan memperkenalkan program budidaya ikan air tawar, PT Mifa Bersaudara juga turut berkontribusi dalam pembangunan ekonomi lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Adapun upaya yang dilakukan oleh PT. Mifa bersaudara dalam melakukan program CSR-nya yakni memberikan program pelatihan, memberikan bantuan sarana dan pra sarana, Monitoring.

Bentuk CSR One Village One Product ini tetap membawa identitas Perusahaan sebagai perusahaan pertambangan. Program CSR ini dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab atas kegiatan yang sudah dilakukan perusahaan kepada alam dan Masyarakat desa Ujong Drien. Hal ini selaras dengan teori yang disampaikan oleh Trimanah (2012) bahwa reputasi dapat didefinisikan sebagai representasi dari hubungan antara identitas perusahaan, nama, dan persepsi publik tentang perusahaan tersebut. Dalam konteks pelayanan, reputasi dapat dianggap sebagai evaluasi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan, yang dibangun melalui testimoni atau pengalaman pelanggan, serta pengakuan dari pihak eksternal yang independen dari para pemangku kepentingan internal perusahaan, seperti yang disampaikan oleh Foley dan Kendrick dalam tulisan yang dikutip oleh Hastowo (2020).

Dari teori tersebut, dapat dibuktikan dengan pihak Perusahaan yang memberikan pelatihan, bantuan teknis, dan akses terhadap sumber daya yang diperlukan bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha budidaya ikan secara mandiri dan berkelanjutan. Selain itu, implementasi program CSR ini menciptakan hubungan yang positif antara perusahaan dan masyarakat. Dengan turun langsung ke lapangan dan mendengarkan langsung kebutuhan masyarakat, PT Mifa Bersaudara berhasil membangun kepercayaan dan kemitraan yang kuat. Hal ini memberikan dampak yang positif terhadap citra perusahaan di mata masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya. Hal ini juga dibuktikan dengan prestasi yang didapat oleh PT. Mifa Bersaudara dalam melaksanakan program CSR One Village One Product : Budidaya Ikan Air Tawar pada ajang Penghargaan Subroto tahun 2023.

Dengan demikian, implementasi program CSR "One Village One Product" budidaya ikan air tawar tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat lokal, tetapi juga membantu membangun reputasi PT Mifa Bersaudara sebagai perusahaan yang bertanggung jawab sosial, peduli terhadap lingkungan, dan berkomitmen pada pembangunan berkelanjutan. Ini adalah investasi jangka panjang yang tidak hanya memberikan keuntungan bagi perusahaan secara reputasi, tetapi juga memberikan dampak positif yang nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

Tidak hanya itu pada implementasi program CSR ini juga selalu dilakukan controlling yang membuat reputasi perusahaan semakin baik dengan tanggungjawab nya melakukan controlling yang berarti bertanggungjawab tidak lepas tangan akan program CSR ini. Selama

proses implementasi, PT Mifa Bersaudara berupaya untuk membangun kemitraan yang berkelanjutan dengan masyarakat lokal, pemerintah daerah, lembaga swadaya masyarakat, dan sektor swasta lainnya.

Mereka memfasilitasi forum-forum dialog antara semua pemangku kepentingan untuk memastikan partisipasi yang inklusif dan berkelanjutan dalam pengelolaan program. Melalui pendekatan ini, PT Mifa Bersaudara tidak hanya memperkuat reputasi perusahaan sebagai agen perubahan yang bertanggung jawab, tetapi juga menciptakan dampak positif yang signifikan bagi kesejahteraan dan pembangunan komunitas setempat.

#### **D. Kesimpulan**

PT. Mifa Bersaudara meningkatkan interaksi dengan masyarakat melalui sosialisasi langsung dan program CSR "One Village One Product" yang fokus pada budidaya ikan air tawar. Mereka melibatkan masyarakat dalam diskusi, memberikan pelatihan, serta dukungan finansial dan teknis, dengan prioritas pada kebutuhan lokal. Kerja sama dengan Dinas Perikanan dan Kelautan Aceh Barat menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan. Program ini sesuai dengan UU No. 40 Tahun 2007 tentang CSR dan berfokus pada meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan. Pendekatan kolaboratif dan inklusif ini memperkuat reputasi PT Mifa Bersaudara sebagai agen perubahan yang bertanggung jawab, memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal, serta mempererat hubungan dengan komunitas setempat. Hal ini dapat dibuktikan dengan prestasi yang didapat oleh PT. Mifa Bersaudara dalam melaksanakan program CSR One Village One Product : Budidaya Ikan Air Tawar pada ajang Penghargaan Subroto tahun 2023.

#### **Acknowledge**

Berisi ucapan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang membantu penelitian Anda.

#### **Daftar Pustaka**

- [1] PT. Mifa Bersaudara. (2013, November). *Mifacoal.co.id*. Retrieved from Mifa
- [2] I Made Karya Utama, P. P. (2012). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LUAS PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (STUDI PADA PERUSAHAAN NON KEUANGAN DI BURSA EFEK INDONESIA). *Jurnal Riset Akuntansi*, 54.
- [3] Trimannah. (2012). REPUTASI DALAM KERANGKA KERJA PUBLIC RELATIONS. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*.
- [4] Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [5] T. K. Tanditha, A. Sani, and H. Hafiar, "Destination Branding Desa Wisata Alamendah Melalui Media Sosial Instagram A R T I C L E I N F O," *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 4, no. 1, pp. 7–14, 2024, doi: 10.29313/jrpr.v4i1.3679.
- [6] A. Iskandar, M. Ryanto, and T. Patrianti, "Strategi Digital Public Relations PT MAP Boga dalam Industri FnB," *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 4, no. 1, pp. 1–6, 2024, doi: 10.29313/jrpr.v4i1.3302.
- [7] I. P. Amadea and R. Hernawati, "Hubungan Marketing Public Relations dengan Brand Awareness," *Jurnal Riset Public Relations*, pp. 69–76, Jul. 2023, doi: 10.29313/jrpr.v3i1.2049.