

ABSTRACT

The community around the company certainly has an influence and interest in the company. Likewise, the company also has an interest and obligation to provide social responsibility (CSR) to the community. The community as a stakeholder of the company has an interest to influence and be involved in corporate social responsibility (CSR) through the delivery of aspirations. The delivery of aspirations carried out by the community in addition to a form of participation and demands from the perceived negative impacts. The focus of this research looks at how the strategies used by the community to convey aspirations to PT KPI RU IV Cilacap related to corporate social responsibility (CSR) and the factors behind the community using these strategies. There are also concepts used in this research, namely corporate social responsibility (CSR), stakeholders, local institutions & leadership, and social license to operate (SLO).

The research method used is qualitative research with a descriptive approach because this research describes the community's strategy in conveying aspirations to PT KPI RU IV Cilacap and the factors behind it. The data collection techniques used are observation, interview, and documentation. The informants of this research are the administrators of the GADIS KB Village and Kolak Sekancil programs; local communities; representatives of the village; and the CSR team of PT KPI RU IV Cilacap. Data analysis techniques are carried out by reducing the data that has been collected and then analyzed and then drawn conclusions.

The results of the research conducted, it is known that the community around PT KPI RU IV Cilacap, especially in ring 1 and ring 2, uses a strategy of conveying aspirations related to corporate social responsibility (CSR) to PT KPI RU IV Cilacap through empowerment programs, local institutions (LPMK), and informally (paguyuban). The three strategies can be said to be included in the non-violent strategy. The factors behind the community using these strategies such as the partnership system, utilizing local institutions, and informally.

Keywords: Community Strategy, Aspiration, Corporate Social Responsibility

INTISARI

Masyarakat di sekitar perusahaan tentunya memiliki pengaruh dan kepentingan kepada perusahaan. Begitu pun dengan perusahaan juga memiliki kepentingan dan kewajiban memberikan tanggung jawab sosial (CSR) kepada masyarakat. Masyarakat sebagai stakeholder perusahaan memiliki kepentingan untuk mempengaruhi dan terlibat dalam tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) melalui penyampaian aspirasi. Penyampaian aspirasi yang dilakukan oleh masyarakat selain sebagai bentuk partisipasi dan tuntutan dari dampak negatif yang dirasakan. Fokus penelitian ini melihat bagaimana strategi yang dilakukan masyarakat untuk menyampaikan aspirasi kepada PT KPI RU IV Cilacap terkait tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan faktor yang melatarbelakangi masyarakat menggunakan strategi tersebut. Ada pun konsep yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *corporate social responsibility* (CSR), *stakeholder*, kelembagaan lokal & kepemimpinan, serta *social license to operate* (SLO).

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif karena penelitian ini mendeskripsikan strategi masyarakat dalam menyampaikan aspirasi kepada PT KPI RU IV Cilacap dan faktor yang melatarbelakanginya. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun informan penelitian ini yaitu pengurus program Kampung KB GADIS dan Kolak Sekencil, masyarakat lokal, perwakilan pihak kelurahan, dan tim CSR PT KPI RU IV Cilacap. Teknik analisis data yang dilakukan dengan cara mereduksi data yang telah terkumpul lalu dianalisis kemudian ditarik kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa masyarakat sekitar PT KPI RU IV Cilacap, khususnya di ring 1 dan ring 2, menggunakan strategi penyampaian aspirasi terkait tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) kepada PT KPI RU IV Cilacap melalui program pemberdayaan, kelembagaan lokal (LPMK), dan informal (paguyuban). Ketiga strategi tersebut dapat dikatakan termasuk dalam strategi tanpa kekerasan. Faktor yang melatarbelakangi masyarakat menggunakan strategi tersebut seperti karena sistem kemitraan, memanfaatkan lembaga lokal, dan informal.

Kata kunci: Strategi Masyarakat, Aspirasi, *Corporate Social Responsibility*