

Sosialisasi Pemanfaatan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi Pelaku Usaha

Elly Yuliawati^{1*}

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana

Submisi: 15 Juni 2019; Revisi: 05 Maret 2020; Penerimaan: 25 Juni 2020

Keywords:

Corporate social responsibility
Homestay
Sosialisasi
Pariwisata

Abstract Wisata Pantai Sawarna menawarkan suasana alam yang asri yang berbeda dengan tempat wisata lain di Indonesia. Mengingat jarak lokasi ini dari pusat kota, warga Banten dan Dinas Pariwisata setempat menggagas sebuah *homestay* yang bisa digunakan untuk bermalam bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. *Homestay* mampu menyediakan tempat untuk melepas penat, tidur nyenyak, makan enak, mandi dan berganti pakaian secukupnya. Oleh karena itu, sarana dan prasarana *homestay* harus terus dikembangkan dan ditingkatkan sesuai dengan perkembangan zaman. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk mengarahkan pemilik usaha *homestay* dalam menasar program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari perusahaan di lingkungan Provinsi Banten untuk mengembangkan usahanya. Dengan menyediakan program CSR, perusahaan dapat berkontribusi secara etis untuk pengembangan lingkungan sosial dan bisnis mereka. Ini bisa menjadi solusi untuk kelangsungan bisnis dan kemitraan strategis yang berkelanjutan. Hasil pelatihan menunjukkan adanya penambahan pengetahuan dan pemahaman, peserta dapat mengetahui tentang CSR dan memanfaatkan peluang dari program CSR perusahaan dalam mengembangkan usahanya, mengetahui tahapan dan strategi dalam upaya memperoleh pendanaan untuk program CSR, dan yang terpenting ada keinginan untuk mencoba memanfaatkan program CSR perusahaan di lingkungan sekitar wilayahnya.

Keywords:

Corporate social responsibility
Homestay
Socialization
Tourism

Abstract *Sawarna Beach Tourism offers an atmosphere of beautiful nature that is different from other tourist attractions in Indonesia. Given the distance of this location from the center of the City of Banten residents and the local tourism agency initiated a homestay that can be used to spend the night for local and foreign tourists. The homestay is able to provide a place to unwind, have a good sleep, eat well, take a bath and change clothes adequately. Therefore, facilities and infrastructures of the homestay must continue to be developed and upgraded in accordance with the times. The purpose of this community service is to direct business owners' homestay in targeting Corporate Social Responsibility (CSR) programs from companies in the Banten Province environment to develop their businesses.*

1. PENDAHULUAN

Pantai Sawarna yang terletak di Kabupaten Lebak, Banten menjadi salah satu tujuan wisata dengan keindahan alam yang eksotis. Alam menghiasi pantai ini dengan batu besar yang menyerupai pulau dan menjadi hal unik yang membedakannya dengan wisata pantai yang lain. Hasil penelitian (Rahma, Yuliawati, & Gusfa, 2017) menunjukkan bahwa potensi wisata

Pantai Sawarna belum terpublikasi secara optimal. Usaha-usaha pendukung wisata yang terdapat di sekitarnya, seperti *homestay*, restoran, dan tempat-tempat penjualan cendera mata juga mengalami hal yang relatif serupa, padahal masyarakat memiliki potensi besar untuk turut mempromosikan wilayah dan usahanya. Rumah singgah atau yang umum disebut *homestay* merupakan bagian dari kegiatan usaha di

ISSN 2460-9447 (print), ISSN 2541-5883 (online)

*Corresponding author : Elly Yuliawati

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jl. Ring Road Utara, Ngropoh, Condongcatur, Depok, Sleman 55281, Daerah Istimewa Yogyakarta

Email: elly_yuliawati@mercubuana.ac.id

Copyright © 2019 Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement). This work is distributed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Pantai Sawarna. Sayangnya, pemahaman mengenai pengembangan usaha ini belum dimiliki oleh para pemilik rumah singgah di Pantai Sawarna, Kabupaten Lebak, Banten.

Masyarakat adalah objek sekaligus subjek pembangunan. Bagi korporasi, masyarakat adalah objek kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan demikian, masyarakat juga memiliki peran penting untuk menyampaikan aspirasi yang berkaitan dengan kondisi wilayahnya kepada pemerintah dan pihak swasta. Informasi perihal kebutuhan warga masyarakat di destinasi wisata Pantai Sawarna, misalnya, akan memudahkan pihak pemerintah dan swasta dalam melakukan pembangunan yang lebih terarah. Sinergi antara pelaku bisnis dengan CSR-nya, pemerintah dengan anggaran serta regulasinya, dan masyarakat dengan ikhtiar kemandiriannya merupakan kerja sama *tripartite* yang ideal dalam membangun bangsa agar menjadi lebih maju.

Pemahaman mengenai pentingnya pengembangan usaha oleh warga di sekitar Pantai Sawarna sudah saatnya diarahkan pada target yang lebih spesifik. Kegiatan ini mengarahkan peserta untuk membidik program CSR dari perusahaan-perusahaan di lingkungan Provinsi Banten. CSR merupakan konsep moral dan etik, yaitu perusahaan bertanggung jawab secara moral terhadap keadaan sosial di sekitarnya. Perusahaan bisa berperan sebagai *problem solver* bagi sosial kemasyarakatan ataupun kelestarian lingkungan. Isu-isu *environmental ethic* bisa diterapkan pada berbagai kalangan, termasuk industri karena secara etika, industri/perusahaan telah mengambil sumber daya alam dari lingkungan, minimal udara tempat mereka berada. Program CSR memungkinkan perusahaan untuk berinteraksi dengan *stakeholder*. Program-program bisa dikreasikan guna menyerap apa yang menjadi keluhan atau masalah bagi warga dan lingkungannya. Dengan melihat kebutuhan warga dan kebutuhan alam lingkungan, rasa kemanusiaan dan empati perusahaan akan tergugah untuk membantu dengan sukarela (Rahmatullah, 2011). Sebaliknya bagi perusahaan, program CSR yang dibingkai dengan nilai moral dan komitmen kepada *stakeholders*, akan menghasilkan jalinan hubungan yang konstruktif dan menentukan kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang (Irawan, 2018).

CSR sebagai salah satu instrumen dalam proses *community development*, memerlukan keterlibatan masyarakat. Peran serta masyarakat menentukan keberhasilan pemberdayaan masyarakat itu sendiri. Dengan demikian setiap tahapan dalam proses pengembangan, mulai dari mengidentifikasi masalah, merencanakan, melaksanakan, memonitor dan menilai keberhasilan perlu melibatkan partisipasi masyarakat (Ife & Tesoriero, 2006).

Pantai Sawarna Lebak dan sekitarnya merupakan objek wisata yang berpotensi menjadi destinasi wisata internasional. Variasi pantai, laut, pasir putih, batuan karang, bukit, hutan lindung, goa, dan pohon kelapa memberikan gambaran kompleks ekologi pantai. Jika melihat ke sisi lain pantai, terhampar luas lahan pertanian yang hijau yang sebagian besar belum dimanfaatkan secara intensif, baik kuantitas maupun kualitasnya (Susilowati, 2017).

Beberapa permasalahan di wilayah Pantai Sawarna yang berhasil diidentifikasi oleh Susilowati (2017) dalam penelitiannya sebagai berikut. (1) Potensi wilayah desa di sekitar Pantai Sawarna, Kabupaten Lebak belum tergali secara optimal. (2) Bentangan alam desa Sawarna sebagian besar perkebunan, kepadatan penduduk dari rendah hingga sedang dan mayoritas pendidikannya masih dasar, mata pencaharian umumnya petani dan buruh tani, dan aksesibilitas relatif sedang bahkan cenderung rendah. (3) Pengelolaan fasilitas primer dan sekunder (akomodasi, kuliner, *souvenir*) serta fasilitas yang tersedia di wilayah setempat (aksesibilitas, parkir, toilet, tempat ibadah) masih terbatas (Susilowati, 2017).

Tren perkembangan pariwisata di dunia saat ini mengarah pada pemanfaatan potensi wisata alam dan wisata pedesaan serta pemanfaatan dalam pengembangan ekonomi masyarakat. Seperti penelitian (Akda & Öter, 2011) menganalisis destinasi unggulan pariwisata dunia dari perspektif geografis dan memahami peran geografi dalam proses mobilisasi pengunjung di Turki. Pengelolaan wisata alam di kawasan gersang Karoo Afrika Selatan dilakukan dengan mengoptimalkan wisata gurun sebagai daya tarik *postmodern* (Atkinson, 2016). Kamboja mengembangkan pariwisata pedalaman pedesaan dengan mengadopsi pendekatan mata pencaharian untuk menyelidiki pengaruh tujuan wisata utama di negara tersebut (Biddulph, 2015).

Di Kenya Barat dilakukan penelitian untuk mencari cara mengintegrasikan pariwisata dengan strategi pembangunan pedesaan dan manfaat yang dihasilkan dari integrasi tersebut dalam jangka panjang bagi masyarakat lokal (Obonyo & Fwaya, 2014). Indonesia juga mengembangkan prakarsa wisata pedesaan berbasis masyarakat, yaitu mengembangkan kegiatan pariwisata pada aspek budaya dan dampaknya terhadap pelestarian budaya (Fatimah, 2015).

Kekayaan alam, keanekaragaman budaya, dan kekhasan pedesaan Indonesia menjadi daya tarik unggulan untuk mengundang pelancong dari berbagai negeri. Sayangnya, potensi objek wisata tersebut belum dikelola secara maksimal (Zakaria & Suprihardjo, 2014), belum dikembangkan, dan dimanfaatkan sebagai industri andalan dalam meningkatkan

pendapatan daerah (Susilowati, 2017). Terkait hal tersebut, permasalahan dalam pengabdian ini adalah potensi wilayah Pantai Sawarna di Kabupaten Lebak yang belum tergali secara optimal.

Berdasarkan mata pencaharian, dari 1343 jumlah penduduk di Kabupaten Lebak, sebanyak 926 orang sebagai petani dan 130 orang menjadi buruh tani (Badan Pusat Statistik Kabupaten Lebak, 2018). Adapun tingkat pendidikan penduduk bervariasi, yaitu 33.6% tamat SMP, 1.4% merupakan lulusan SMA, 3.5% berpendidikan tinggi (diploma dan sarjana), dan 31.2% tidak tamat SMP dan SMA (Dinas Pariwisata Provinsi Banten, 2017).

Pengamatan terhadap fasilitas primer dan sekunder di wilayah Pantai Sawarna, seperti akomodasi, kuliner, *souvenir*, dan fasilitas pendukung yang tersedia di sana, seperti aksesibilitas, parkir, toilet, dan tempat ibadah masih terbatas pada pemenuhan standar minimum. Salah satu faktor disebabkan oleh terbatasnya kemampuan dalam mengelola sumber daya dan juga kemampuan ekonomi para pelaku usaha. Selain itu, berkunjung ke Pantai Sawarna tidak mudah karena badan jalan yang selalu rusak akibat lalu lintas kendaraan besar (truk) dan angkutan umum yang jarang melalui jalan ini. Peristiwa tsunami pada Desember 2018 yang melanda beberapa bagian di Selat Sunda menyebabkan kunjungan wisatawan menurun. Dampak tersebut sangat dirasakan oleh para pengusaha, khususnya pemilik *homestay* di daerah pariwisata Pantai Sawarna (Kabaran Banten, 2018; Liputan 6, 2018; Tim Pikiran Rakyat, 2019). Berdasarkan permasalahan di atas, pengembangan sumber daya manusia untuk mengelola wisata pantai perlu dilakukan. Warga sebagai pelaku usaha pendukung objek wisata pantai perlu mendapat wawasan agar dapat melihat peluang usaha. Perusahaan-perusahaan besar, seperti PT Cemindo Gemilang (Semen Merah Putih), PT Global Footwear (perusahaan yang memproduksi sandal), dan PT Harendong Organix Tea Estate merupakan sumber yang dapat dimanfaatkan oleh para pemilik usaha pariwisata di Pantai Sawarna.

Program CSR perusahaan adalah salah satu sumber yang disarankan untuk dibidik oleh warga guna menggalakan usaha wisata. Warga dilatih membuat proposal yang bisa diajukan kepada perusahaan yang menyiapkan program CSR. Pelatihan komunikasi interpersonal, antarbudaya, media sosial, dan manajemen pengembangan usaha telah diberikan kepada para pelaku usaha di Pesisir Pantai Sawarna.

Pemetaan kondisi faktual di atas bertujuan untuk menarik benang merah antara kebutuhan peningkatan potensi wisata Pantai Sawarna, sumber daya manusia, dan CSR perusahaan. Pengembangan sumber daya manusia juga diarahkan pada industri kreatif yang relevan, seperti cendera mata, buah tangan, rumah makan, *homestay*, dan transportasi. Semua hal tersebut

membutuhkan perhatian dan solusi untuk mempersiapkan peningkatan pemahaman dan kompetensi khalayak sasaran perihal industri kreatif yang relevan dengan kebutuhan masyarakat, khususnya di wilayah pesisir. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan agar warga di tempat wisata Desa Sawarna ini bisa mengembangkan *softskill* guna memanfaatkan sumber daya yang ada di lingkungannya, termasuk pemanfaatan CSR dari perusahaan yang ada di lingkungan Provinsi Banten.

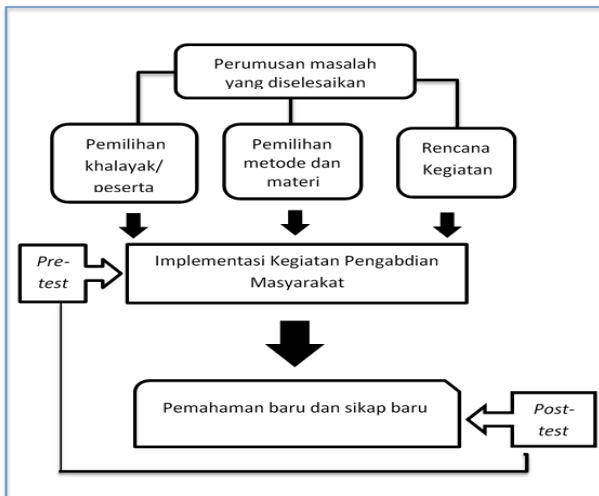
2. METODE

Target sosialisasi dalam kegiatan ini adalah para pelaku usaha pendukung objek wisata pantai yang tergabung dalam kelompok sadar wisata. Tiga belas peserta yang mengikuti kegiatan ini merupakan pelaku usaha rumah singgah/*homestay*. Pelaksanaan kegiatan bertempat di Adrew Homestay, Desa Sawarna, yang merupakan salah satu rumah singgah yang dikelola oleh peserta. Para pelaku usaha di Pantai Sawarna dalam kesehariannya tidak dekat dengan birokrasi pemerintahan ataupun struktur perusahaan swasta sehingga memerlukan panduan dan pendampingan dalam memahami CSR serta pengajuan dan pemanfaatannya. Metode pelatihan/workshop pemanfaatan program CSR perusahaan merupakan metode terbaik yang dapat digunakan untuk memandu setiap peserta agar dapat memahami dan melaksanakan materi pelatihan.

Materi sosialisasi disampaikan dengan memadukan metode presentasi, dialog dan konsultasi. Metode ini digunakan agar peserta mudah memahami materi yang disampaikan, yaitu perihal CSR, peraturan pemerintah tentang kewajiban perusahaan untuk melaksanakan CSR, dan penyusunan proposal CSR. Materi tentang komunikasi interpersonal, komunikasi antarbudaya, dan media sosial juga disampaikan untuk menambah keterampilan pelayanan prima dalam pengelolaan jasa *homestay*.

Tanya jawab dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta dan hambatan-hambatan yang dialami peserta dalam memahami materi. Selain itu, dilakukan diskusi dan simulasi guna membangun kesepahaman serta interaksi antarpeserta, menyusun proposal secara berkelompok, audit lingkungan dalam bahasa yang sederhana, dan inventarisasi kebutuhan-kebutuhan pengelola jasa *homestay* yang perlu diajukan dalam proposal.

Evaluasi keberhasilan program dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test* untuk mendapatkan gambaran pengetahuan serta pemahaman setelah mengikuti kegiatan pelatihan. Selain itu, dilakukan observasi untuk mengevaluasi keterampilan peserta saat simulasi menyusun proposal pendanaan serta simulasi komunikasi ketika memberikan pelayanan dan menggunakan media sosial sebagai alat promosi. Wawancara juga dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang penyelenggaraan kegiatan dan harapan peserta. Proses evaluasi berlangsung secara simultan selama pelaksanaan dan setelah kegiatan selesai. Proses tahapan kegiatan digambarkan dalam Gambar 1 berikut ini:



Gambar 1 Alur pelaksanaan kegiatan

Tahapan pelaksanaan kegiatan yang pertama adalah merumuskan masalah yang akan diselesaikan. Pelaksana memulai kegiatan dengan melakukan riset untuk mengetahui permasalahan, kendala, dan kebutuhan masyarakat. Hasil riset pendahuluan menemukan bahwa potensi wisata Sawarna belum terpublikasi secara optimal. Fasilitas pelayanan *homestay* secara umum hanya sebatas pemenuhan standar minimal, bahkan beberapa tidak memenuhi standar. Hal tersebut disebabkan keterbatasan dana yang dimiliki pengelola *homestay*. Tsunami yang melanda beberapa bagian wilayah di Selat Sunda pada Desember 2018 mengakibatkan jumlah kunjungan wisatawan menurun.

Tahap kedua yang merupakan rangkaian perencanaan diawali dengan menentukan khalayak sasaran yang dituju, yaitu 13 orang pelaku usaha *homestay*. Langkah selanjutnya adalah pemilihan metode yang unik dan kreatif serta penyampaian materi yang mudah dipahami oleh peserta. Langkah berikutnya adalah membuat rancangan kegiatan pelatihan pemanfaatan CSR perusahaan, penggunaan metode presentasi, dialog, konsultasi, dan pendekatan komunikasi persuasif untuk membangun kedekatan dengan peserta.

Tahap ketiga adalah pelaksanaan *pre-test* yang diikuti oleh seluruh peserta (13 pelaku usaha *homestay*). *Pre-test* dilaksanakan selama 30 menit sebelum ceramah dimulai. *Pre-test* dilakukan dengan dialog santai untuk mendapatkan informasi awal yang terkait

dengan tingkat pengetahuan peserta tentang CSR dan pemanfaatannya. Langkah selanjutnya adalah menyiapkan peserta, memfokuskan perhatian peserta, dan membangun kesediaan komunikasi terbuka. Dalam dialog ini, pelaksana menggali hal-hal yang diketahui oleh peserta tentang CSR, termasuk apakah peserta mengetahui perihal program CSR yang dilakukan perusahaan di sekitar wilayah mereka dan harapan-harapan peserta dalam mengembangkan usaha dan lingkungannya. Berdasarkan dialog santai tersebut diketahui bahwa peserta belum mengetahui perihal CSR, perihal tanggung jawab sosial perusahaan, dan perihal keberadaan perusahaan-perusahaan di wilayahnya.

Tahap keempat adalah rangkaian sosialisasi dan pelatihan kegiatan yang dilaksanakan pada 31 Januari 2019. Tahap ini dihidupi oleh tiga belas peserta, pemilik usaha *homestay* dan usaha pendukungnya seperti usaha warung makanan dan sembako. Sosialisasi tentang CSR dan pemanfaatannya meliputi aturan pemerintah, penerapan etika dan kewajiban perusahaan terhadap lingkungan, membangun kesadaran bersama agar orang mau berkunjung ke Pantai Sawarna, baik pribadi maupun korporasi, dengan memanfaatkan media sosial untuk promosi wisata dan pengembangan usaha.

Tahap kelima adalah menganalisis hasil kegiatan pelatihan, yaitu tingkat pemahaman dan sikap peserta terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mendapat pemahaman baru tentang CSR dan pemanfaatannya bagi pengembangan usaha serta memahami cara menyusun proposal pendanaan dan lampiran pendukungnya. Selain itu, peserta juga memahami teknik komunikasi efektif dan pemanfaatan media sosial.

Tahap keenam adalah *post-test* yang dilakukan dengan kuesioner. *Post-test* bertujuan untuk mengukur pelaksanaan kegiatan, yaitu menganalisis keberhasilan program secara menyeluruh, baik aspek kecukupan informasi yang disajikan, kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta, ketepatan metode yang digunakan, kemampuan pelaksana dalam membangun suasana, serta konsultasi yang diberikan dan keberlanjutan program. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menjelaskan proses pelatihan dengan melihat kondisi dan ketercapaian target.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Potensi wisata Sawarna dan pemberdayaan masyarakat

“Daya tarik wisata” adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan (“Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata,” n.d.). Tabel 1 berikut memberikan informasi tentang objek dan pesona wisata Desa Sawarna.

Tabel 1 Pesona wisata Sawarna

Objek Wisata	Pesona Wisata
Wisata Alam	<input type="checkbox"/> Pantai Pulo Manuk
	<input type="checkbox"/> Karang Bokor
	<input type="checkbox"/> Goa Langir
	<input type="checkbox"/> Goa Seribu Candi
	<input type="checkbox"/> Bukit Cariang
	<input type="checkbox"/> Curug Cisujen
	<input type="checkbox"/> Pantai Muara
	<input type="checkbox"/> Pantai Pasir Putih
	<input type="checkbox"/> Pantai Tanjung Layar
	<input type="checkbox"/> Karang Bodas
	<input type="checkbox"/> Bukit Senyum
	<input type="checkbox"/> Karang Beureum
	<input type="checkbox"/> Pantai Legon Pari
Wisata Budaya	<input type="checkbox"/> Karang Taraje
	<input type="checkbox"/> Pasir Tangkil
	<input type="checkbox"/> Goa Lalay
	<input type="checkbox"/> Wisata Ziarah
	<input type="checkbox"/> Bubu Sawarna
Wisata Buatan	<input type="checkbox"/> Leuit Sawarna
	<input type="checkbox"/> Panen Raya Sawarna
	<input type="checkbox"/> Sawarna Best Festival

Sumber: (Dinas Pariwisata Provinsi Banten, 2017)

Tabel 1 menunjukkan wisata alam memiliki pesona terbesar dengan laut dan pantai sebagai objek yang potensinya tidak terbatas. Objek wisata Sawarna terbagi menjadi tiga bagian, yaitu wisata alam (beberapa yang menjadi favorit adalah Pantai Pasir Putih, Pantai Legon Pari, Pantai Tanjung Layar, Karang Beureum, Goa Lalay, dan Goa Langir), wisata budaya (wisata ziarah, wisata bubu ikan, wisata leuit Sawarna, dan wisata panen raya), dan wisata buatan (Sawarna Best Festival dan Sawarna Art Festival).

Sebagian besar pesona keindahan pantai Sawarna memiliki garis pantai memanjang dan bertekstur serta unik seperti pasir yang berwarna putih dan halus (Pantai Pasir Putih), Karang Beureum yang berarti karang berwarna merah, dan batu karang besar yang berdampingan seperti layar di Pantai Tanjung Layar. Secara umum, Desa Sawarna berpotensi besar untuk dikembangkan menjadi desa wisata dengan penguatan pada aspek kelembagaan, peningkatan industri pariwisata, perluasan destinasi dan pengembangan pemasaran pariwisata (Dinas Pariwisata Provinsi Banten, 2017).

Pemberdayaan dapat dimaknai sebagai proses menuju berdaya, proses memperoleh daya, atau proses pemberian daya dari pihak yang memiliki daya kepada pihak yang kurang atau belum berdaya (Sulistiyani & Wulandari, 2017). Pembahasan tentang pemberdayaan masyarakat mengarah pada tindakan mengubah masyarakat dalam hal kesadaran, pengetahuan, dan keterampilan dari ketiadaan kemampuan menuju terbentuknya kekuatan. Hal ini mensyaratkan keterlibatan masyarakat sebagai faktor pendorong tindakan perubahan. Pengembangan potensi pariwisata pedesaan, seperti mengembangkan infrastruktur, fasilitas, budaya lokal, variasi atraksi, industri kerajinan, wisata edukasi, dan kepedulian lingkungan memerlukan partisipasi masyarakat dalam pengelolaannya (Sulistiyani, Aisyah, Mamat, & Sontang, 2016; Vitasurya, 2016; Zaidan, 2016). Sejalan dengan strategi pengembangan Desa Wisata Sawarna, kegiatan pemberdayaan masyarakat ini merupakan partisipasi aktif dalam mendukung industri pariwisata di Desa Sawarna, yaitu melalui pengembangan

kapabilitas pelaku usaha dan membuka peluang investor dalam memberikan kemudahan akses permodalan bagi usaha mikro.

Program CSR perusahaan sudah diatur secara jelas oleh pemerintah dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, Pasal 74, yaitu bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (“Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas,” n.d.).

Tabel 2 Daftar Perusahaan BUMD di Lingkungan Provinsi Banten

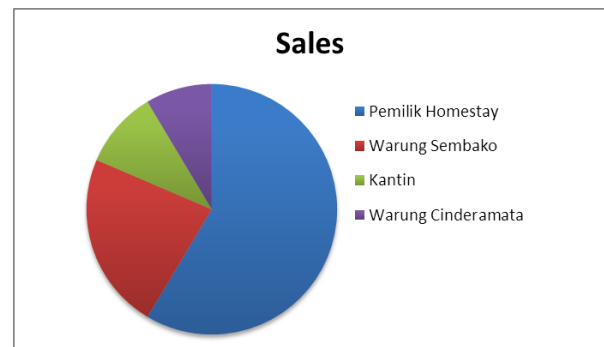
NO	LOKASI USHA/NAAMA BUMD	JENIS USHA	NO	LOKASI USHA/NAAMA BUMD	JENIS USHA
A PROVINSI BANTEN					
1	PT Banten Global Development	Holdings	10	PD PK Lusu/danar	LEMA
B KABUPATEN SERANG					
1	PDAM Tirta Albasani	Pengolahan Air Bersih	11	PD PK Mancung	LEMA
2	PD NPR Serang	Keuangan	12	PD PK Bangar Sari	LEMA
3	PT Serang Berkah Mandiri	Holdings	13	PD PK Panggarangan	LEMA
4	PD PK Cioomas	LEMA	14	PD PK Bayah	LEMA
C KABUPATEN PANDEGLANG					
1	PDAM Pandeglang	Pengolahan Air Bersih	E KABUPATEN TANGERANG		
2	BUMD Gabah	Musi Pertanian	1	PD Pasar Niaga Kerca Baharja	Pasar
3	PD NPR Sakos	Keuangan	2	PD Apotek Sembur Jaya	Obat-obatan
4	PD PK Pandeglang	LEMA	3	PDAM Tirta Kerca Baharja	Pengolahan Air Bersih
5	PD PK	LEMA	4	PT Mitra Kerca Baharja	Holdings
6	PD PK Cadasari	LEMA	5	LPP UMEDM	LEMA
7	PD PK Cioanek	LEMA	6	PD NPR Kerca Baharja	Keuangan
8	PD PK Labuan	LEMA	7	PD PK Balarga	Keuangan
9	PD PK Cibaling	LEMA	8	PD PK Eresek	LEMA
10	PD PK Ciguguis	LEMA	9	PD PK Ciung	LEMA
D KABUPATEN LEBAK					
1	PDAM Tirta Mubasuli	Pengolahan Air Bersih	10	PD PK Eropo	LEMA
2	PD Lebak Niaga	Perdagangan	11	PD PK Serpong	LEMA
3	PD NPR Warung Gunung	Keuangan	12	PD PK Matak	LEMA
4	PD NPR Matangging	Keuangan	13	PD PK Sepatan	LEMA
5	PD NPR Cipana	Keuangan	14	PD PK Legok	LEMA
6	PD PK Bangkashilung	LEMA	15	PD PK Pasar Kenda	LEMA
7	PD PK Maja	LEMA	16	PD PK Tigaraksa	LEMA
8	PD PK Cioarga	LEMA	F KOTA TANGERANG		
G KOTA CILEGON					
1. PDAM Cilegon Mandiri Pengolahan Air Bersih					
2. PD Pelabuhan Cilegon Mandiri Perdagangan Kapal Laut					
3. PD NPRS Cilegon Mandiri Keuangan					

Sumber: (PPID Provinsi Banten, n.d.)

Tabel 2 menunjukkan daftar perusahaan BUMD yang terdapat di lingkungan Provinsi Banten. Di wilayah Kabupaten Lebak terdapat delapan perusahaan BUMD. Setiap perusahaan memiliki tanggung jawab sosial pada lingkungan sekitarnya. Hal tersebut merupakan peluang yang dapat digunakan untuk mengembangkan pariwisata Pantai Sawarna agar menjadi lebih baik dan dapat menarik lebih banyak pengunjung. Informasi ini disampaikan agar para pelaku usaha di sekitar Pantai Sawarna mengetahui peran dari perusahaan-perusahaan yang ada di wilayahnya.

3.2 Hasil kegiatan

Kegiatan dihadiri oleh tiga belas peserta yang terdiri atas para pemilik usaha homestay yang juga memiliki usaha pendukung, seperti usaha warung makan dan warung sembako. Hal tersebut tampak pada Gambar 2 berikut ini.



Gambar 2 Peserta pelatihan

Informasi terkait pemanfaatan program Corporate Social Responsibility perusahaan diterima dengan baik oleh peserta. Hal itu ditandai dengan respons positif peserta, baik selama kegiatan berlangsung maupun setelah kegiatan. Secara garis besar, hasil kegiatan pemberdayaan masyarakat dalam memanfaatkan program CSR perusahaan di sekitar Pantai Sa warna.

Tabel 3 Target capaian berdasarkan tahapan kegiatan

Tahap	Bentuk Kegiatan	Tujuan Kegiatan	Metode	Target Capaian Hasil	Kondisi
Penyadaran	Ceramah dan dialog	Membangun kesadaran tentang perlunya pengetahuan perihal CSR dan peluang mendapatkan sumber pendanaan	Sosialisasi	Pengetahuan tentang CSR dan pemanfaatannya bagi lingkungan	Pengetahuan peserta bertambah, yaitu dari tidak tahu menjadi tahu
Pembekalan	Ceramah, simulasi, dan diskusi kelompok	Meningkatkan keterampilan dalam menyusun proposal, komunikasi efektif, dan penggunaan media sosial Melihat kemampuan peserta dalam membuat proposal yang informatif	Edukasi	Peningkatan pemahaman dan keterampilan	Pemahaman tentang CSR baik Keterampilan komunikasi baik Keterampilan menggunakan media sosial cukup baik, namun pemanfaatan sebagai sarana promosi dan publikasi masih kurang Kemampuan menyusun proposal perlu ditingkatkan

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa peserta menyadari kehadiran perusahaan-perusahaan besar yang memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan di wilayah mereka. Peserta juga memahami bahwa masyarakat memiliki hak dan perusahaan mempunyai kewajiban untuk membangun dan membantu lingkungan sekitarnya. Peserta juga mengetahui bahwa pengembangan potensi wilayah merupakan tanggung jawab bersama, yaitu antara masyarakat, pemerintah, dan dunia usaha. Selain itu, setelah pelaksanaan kegiatan, peserta menjadi tahu perihal CSR dan pemanfaatannya, peserta mampu melihat peluang sumber pendanaan perusahaan melalui CSR, dan peserta tertarik untuk mencoba memanfaatkannya guna mengembangkan usaha mereka sehingga dapat berkontribusi terhadap pengembangan potensi wilayahnya meskipun secara tidak langsung.

Setelah pelaksanaan kegiatan, peserta menjadi paham tentang cara membuat proposal pendanaan dan tahapannya. Metode simulasi yang diterapkan dalam

kegiatan memberikan pengalaman bagi peserta, yakni membuat proposal secara berkelompok meskipun memerlukan waktu lebih lama untuk dapat menyajikannya secara informatif. Peserta menyukai simulasi yang dilakukan, terutama pada saat bertukar peran dalam praktik komunikasi, yaitu peran sebagai pemilik usaha dan sebagai pengunjung serta pada saat berlatih menggunakan komunikasi efektif, baik lisan maupun tulisan.

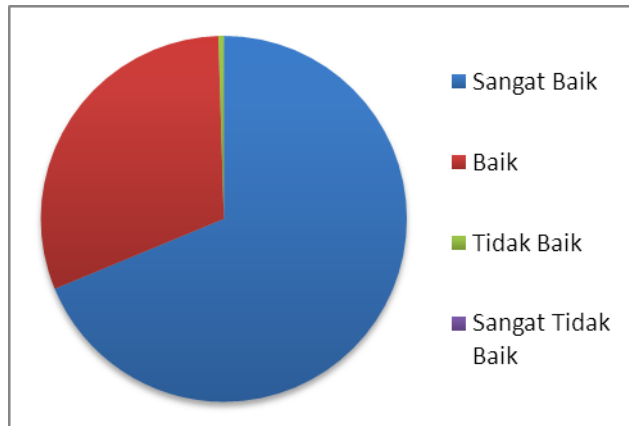
Saat pelaksanaan kegiatan, peserta bersungguh-sungguh dalam menyimak materi yang disampaikan oleh pembicara sehingga tercipta suasana kondusif dan komunikatif. Suasana tersebut membuat diskusi dapat berjalan dua arah. Peserta berani menyampaikan kendala dan permasalahan yang dialami dalam mengelola usaha homestay dan usaha pendukungnya. Masalah lain yang disampaikan adalah perihal sepi pengunjung, dan praktik calo yang membuat persaingan tidak sehat. Peserta juga tidak ragu menanyakan solusi yang bisa dilakukan untuk mengembangkan usahanya.

Hasil evaluasi pelatihan yang terkait dengan pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan peserta tentang CSR serta pemanfaatannya terlihat pada tabel 4 bahwa peserta memiliki pengetahuan yang baik, nilai rata-rata 43 (73.5%), pemahaman dengan nilai rata-rata baik, yaitu 52 (75.5%), dan nilai rata-rata kemampuan secara umum yang baik, yaitu (78.1%). Akan tetapi, pada simulasi menyusun proposal pendanaan program CSR, peserta masih memerlukan pendampingan dalam mengemas pesan secara informatif. Dengan demikian, target kegiatan ini tercapai. Hal itu terlihat dari pengetahuan dan pemahaman yang diperoleh peserta dengan baik, keterampilan berkomunikasi dan penggunaan media sosial yang baik, serta kemampuan peserta dalam menyusun proposal yang cukup baik.

Tabel 4 Pengetahuan, Pemahaman, dan Kemampuan Peserta

No.	Keterangan	Skor	Persentase
1.	Pengetahuan	43	73.5%
2.	Pemahaman	52	75.5%
3.	Kemampuan	50	78.1%

Berdasarkan evaluasi terhadap materi pelatihan, kompetensi narasumber, dan ketepatan metode yang digunakan, penyelenggaraan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini secara keseluruhan mendapat penilaian sangat baik.



Gambar 3 Evaluasi penyelenggaraan kegiatan

Peserta menilai bahwa materi pelatihan sudah sesuai dengan kebutuhan mereka, mudah dipahami, menarik, dan informatif. Narasumber dinilai menguasai materi, mampu membangun suasana kondusif, dan terbuka. Metode yang digunakan juga menarik, konsultatif, dan mudah untuk diterapkan. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan dapat memberikan manfaat bagi peserta untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha.

Kegiatan perekonomian di wilayah pesisir wisata Pantai Sawarna mulai berkembang dengan adanya aktivitas kepariwisataan yang menumbuhkan peluang usaha. Hal ini terlihat dengan adanya para penjual cendera mata dari kalangan masyarakat setempat. Rumah warga yang banyak dijadikan sebagai rumah singgah (*homestay*) bagi para turis juga menjadi bukti bahwa pembinaan mengenai kegiatan pariwisata bagi warga setempat telah dilakukan. Sederhana, tetapi nyaman menjadi ciri khas *homestay* di Pantai Sawarna. *Homestay* juga terlihat apik, bersih, dan terjaga. Para pemiliknya yang berbahasa Indonesia dengan logat khas masyarakat Sunda bersikap ramah kepada para tamu. Hal-hal tersebut menjadi kekuatan yang dapat menarik wisatawan untuk datang kembali dan merasakan keramahan khas orang-orang Pantai Sawarna, Lebak Banten.

Masyarakat pelaku usaha memiliki harapan besar untuk mendapatkan kesempatan guna mengembangkan usahanya di sektor industri pariwisata; menambah pengetahuan dalam tata kelola; meningkatkan kualitas produk dan jasa, diversifikasi, serta promosi pemasaran; dan memperoleh kemudahan dalam mengakses peluang-peluang pendanaan program CSR. Oleh karena itu, keberlanjutan program diarahkan pada kegiatan pendampingan. Melalui kerja sama antara perguruan tinggi, masyarakat, pemerintah, dan dunia

usaha, program pemberdayaan masyarakat akan bermanfaat lebih luas bagi masyarakat.

4. KESIMPULAN

Sosialisasi pemanfaatan program CSR perusahaan bagi pelaku usaha di sekitar Pantai Sawarna memperoleh hasil baik dan memenuhi target capaian. Peserta mendapatkan pengetahuan dan pemahaman yang baik, keterampilan berkomunikasi dan menggunakan media sosial yang baik, serta kemampuan menyusun proposal yang cukup baik. Materi pelatihan dan metode yang digunakan menunjukkan bahwa pelatihan dapat memberikan manfaat bagi peserta untuk meningkatkan kemampuan dalam mengelola usahanya.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memerlukan tindak lanjut dalam implementasi pengajuan permohonan dana CSR kepada perusahaan sekitar serta memerlukan kemudahan akses ke perusahaan dan birokrasi pemerintah. Oleh karena itu, keberlanjutan program pengabdian kepada masyarakat diarahkan pada kegiatan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan dalam mengomunikasikan pesan secara informatif dan efektif sebagai upaya memanfaatkan program CSR perusahaan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Apresiasi dan terima kasih kepada Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktur Riset dan Teknologi, Publikasi dan Kerjasama Domestik Universitas Mercu Buana yang telah mendanai dan memfasilitasi kegiatan ini hingga selesai. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Sawarna sebagai mitra kerjasama dalam penyelenggaraan kegiatan, para peserta kegiatan dan pihak-pihak yang telah membantu, menyumbangkan pikiran dan tenaga untuk merealisasikan kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akda, G., & Öter, Z. (2011). Assessment of world tourism from a geographical perspective and a comparative view of leading destinations in the market. In *Procedia - Social and Behavioral Sciences*.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.05.126>
- Atkinson, D. (2016). Is South Africa's Great Karoo region becoming a tourism destination? *Journal of Arid Environments*.
<https://doi.org/10.1016/j.jaridenv.2015.12.006>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lebak. (2018). Kecamatan Bayah Dalam Angka. Retrieved from <https://lebakkab.bps.go.id/publication/download.html?>
- Biddulph, R. (2015). Limits to mass tourism's effects in rural peripheries. *Annals of Tourism Research*.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.11.011>

- Dinas Pariwisata Provinsi Banten. (2017). Penyusunan Rencana Induk Kawasan Strategis Pariwisata (KSP) Provinsi Banten Desa Wisata Sawama. Dinas Pariwisata Provinsi Banten. Retrieved from <https://dmsppid.bantenprov.go.id/upload/dms/47/laporan-akhir-desa-sawarna.pdf>
- Fatimah, T. (2015). The Impacts of Rural Tourism Initiatives on Cultural Landscape Sustainability in Borobudur Area. *Procedia Environmental Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.proenv.2015.07.067>
- Ife, J., & Tesoriero, F. (2006). *Community Development: Community-based alternatives in an age of globalisation* (3rd edition). Australia: French's Forest: Pearson Education.
- Irawan, E. P. (2018). The Disclosure of Corporate Social Responsibility Motives: In the Socio Digi Leaders Program for Young Generation Indonesia. *International Journal of Current Research*, 10(11), 75833–75839. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.24941/ijcr.33350.11.2018>
- Kabar Banten. (2018, April 11). Isu Tsunami Gagal Rombongan Wisatawan ke Sawarna. *Kabar Banten.Com*.
- Liputan 6. (2018). Usai Gempa Bumi, Pantai Sawama Sepi Pengunjung. *Liputan6.Com*.
- Obonyo, G. O., & Fwaya, E. V. O. (2014). Integrating Tourism with rural development strategies in western Kenya. *Citizen Participation in Decision Making: Towards Inclusive Development in Kenya*, (December), 160–173. <https://doi.org/10.2307/j.ctvk8w097.16>
- PPID Provinsi Banten. (n.d.). Daftar Perusahaan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) di Lingkungan Provinsi Banten. Retrieved November 9, 2020, from <https://bpbd.bantenprov.go.id/upload/deni/foto/DAFTAR BUMD Provinsi Banten.pdf>
- Rahma, R. Y., Yuliani, E., & Gusfa, H. (2017). Pemanfaatan Media Sosial oleh Remaja sebagai Sarana Promosi Wisata Pantai Sawarna di Kecamatan Bayah, Kabupaten Lebak, Banten. Pusat Penelitian, Universitas Mercu Buana.
- Rahmatullah. (2011). CSR dan Kepentingan Pemerintah Daerah. *Lab.Ane.Fisip.Untirta.Ac.Id*.
- Sulistiyani, A. T., Aisyah, D., Mamat, I., & Sontang, M. (2016). Pemberdayaan Masyarakat Pemanfaatan Limbah Tulang Ikan untuk Produk Hidroksiapatit (Hydroxyapatite/HA) Kajian di Pabrik Pengolahan Kerupuk Lekor Kuala Terengganu-Malaysia. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 2(1), 14–29. <https://doi.org/10.22146/jpkm.22086>
- Sulistiyani, A. T., & Wulandari, Y. (2017). Proses Pemberdayaan Masyarakat Desa Sitimulyo Kecamatan Piyungan Kabupaten Bantul Dalam Pembentukan Kelompok Pengelola Sampah Mandiri (KPSM). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 2(2), 146–162. <https://doi.org/10.22146/jpkm.27024>
- Susilowati, M. H. D. (2017). Potensi Wilayah Sekitar Pantai Selatan Kabupaten Lebak Provinsi Banten Dalam Mendukung Pembangunan Pariwisata, 105–111. Retrieved from <http://journal2.um.ac.id/index.php/jpg/article/view/1001/573>
- Tim Pikiran Rakyat. (2019). Masih Trauma Tsunami, Kunjungan ke Pantai Turun 60 Persen. *Pikiran Rakyat.Com*. Retrieved from <https://www.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-01313729/masih-trauma-tsunami-kunjungan-ke-pantai-turun-60-persen>
- Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. (n.d.). Retrieved from <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-No.-40-tahun-2007-tentang-Perseroan-Terbatas.aspx>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. (n.d.). Retrieved from https://www.kemendikbud.go.id/asset_admin/asset/uploads/media/old_file/4636_1364-UUTentangKepariwisataannet1.pdf
- Vitasurya, V. R. (2016). Local Wisdom for Sustainable Development of Rural Tourism, Case on Kalibiru and Lopati Village, Province of Daerah Istimewa Yogyakarta. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 216(October 2015), 97–108. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.12.014>
- Zaidan, E. (2016). The impact of cultural distance on local residents perception of tourism development: The case of Dubai in UAE. *Tourism*. Retrieved from <https://www.semanticscholar.org/paper/The-impact-of-cultural-distance-on-local-residents-Zaidan/c9ac787f0e5c101197d8d3bb1dc9aa15e13db19f>
- Zakaria, F., & Suprihardjo, D. (2014). Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. *Teknik Pomits*. <https://doi.org/2337-3520>