

Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Buana Alam Tirta Yogyakarta (Studi Kasus Program Pembelajaran Luar Sekolah Sebagai Program CSR Kebun Binatang Gembira Loka Periode Bulan Februari-April Tahun 2014)

Betty Juliana Tobing

Marketing Anugerah Mortar Abadi

Email abjt.91@gmail.com

ABSTRAK

Pemerintah mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan kegiatan Corporate Social Responsibility sesuai dengan Undang-undang nomor 40 tahun 2007, program Corporate Social Responsibility merupakan bagian dari strategi Public Relations. Melalui permasalahan ini peneliti ingin melihat bagaimana program Corporate Social Responsibility PT. Buana Alam Tirta Yogyakarta (Kebun Raya Kebun Binatang Gembira Loka) melalui program “Pembelajaran Luar Sekolah” periode bulan Februari-April Tahun 2014. Penelitian ini mencoba menganalisis program Pembelajaran Luar Sekolah dengan konsep triple bottom line (profit, people, planet) dari John Elkington berdasarkan tahap pelaksanaan Corporate Social Responsibility perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dengan menggunakan paradigma penelitian deskriptif kualitatif melalui metode penelitian studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program Pembelajaran Luar Sekolah telah melalui tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Program ini juga menerapkan konsep triple bottom line. Pertama, aspek ekonomi (profit) berkelanjutan dimana melalui program rutin ini minat pengunjung menjadi bertambah. Kedua, aspek sosial (people) yang memberikan dampak positif untuk pihak Gembira Loka dan Universitas Negeri Yogyakarta sebagai partner dalam pelaksanaan program. Ketiga, aspek lingkungan (planet) yang pada dasarnya menjadi kebutuhan kehidupan Gembira Loka. Pelaksanaan program Pembelajaran Luar Sekolah berada dibawah tanggung jawab bagian Marketing dan Pengembangan.

Kata Kunci : Corporate Social Responsibility, Public Relations, Pembelajaran Luar Sekolah.

Abstract

The Government requires companies to implement Corporate Social Responsibility activities in accordance with law No. 40 year 2007, Corporate Social Responsibility program is part of a strategy of Public Relations. Through this problem, researcher want to see how the program Corporate Social Responsibility of PT. Buana Alam Tirta Yogyakarta (Kebun Raya Kebun Binatang Gembira Loka) through the program “Pembelajaran Luar Sekolah” on period Februari-April 2014. This research tried to analyze program of Pembelajaran Luar Sekolah with the concept of triple bottom line (profit, people, planet) from John Elkington based on Corporate Social Responsibility implementation stages of planning, implementation and evaluation using a descriptive qualitative research paradigms through case study research methods. The result of this research showed that learning program “Pembelajaran Luar Sekolah” has been through the stages of planning, implementation and evaluation. The Program also implemented the concept of the triple bottom line. The first, economic aspects (profit) of sustainable through this regular program whereby interest visitors into increased. The second, social aspects (people) that give a positive impact to the Gembira Loka and State University of Yogyakarta as a partner in the implementation of the program.

The third, environmental aspects (planet) which is basically a requirement life Gembira Loka. The implementation of the program of "Pembelajaran Luar Sekolah" is under the responsibility of the Marketing and development.

Key words : Corporate Social Responsibility, Public Relations, Pembelajaran Luar Sekolah.

PENDAHULUAN

Perkembangan korporasi yang semakin maju membawa pembangunan ekonomi dunia terus berkembang, hal yang serupa juga terjadi dengan pertumbuhan korporasi di Indonesia, pertumbuhan ini mengantarkan kesadaran korporasi untuk melaksanakan program Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Para pelaku bisnis mulai menyadari bahwa bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dianggap akan menghasilkan manfaat bagi para stakeholders, dan pada akhirnya akan menguntungkan perusahaan.

Program Corporate Social Responsibility dilaksanakan bukan hanya sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan yang mengedepankan aspek ekonomi saja, perusahaan juga memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan dan kehidupan sosial, seperti konsep yang disebutkan John Elkington mengenai triple bottom line yaitu 3 P (Profit, People, Planet). Indonesia secara tegas telah mewajibkan setiap

investor untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan melalui Undang-undang No 25 Tahun 2007 dan diwajibkan bagi Perusahaan Perseroan Terbatas untuk melaksanakan Tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam Undang-undang No 40 Tahun 2007 .

Banyak perusahaan melaksanakan program Corporate Social Responsibility karena terdesak tuntutan dari Undang-undang yang ada, sehingga perusahaan membuat program Corporate Social Responsibility yang bersifat sesaat tanpa memprioritaskan keberlanjutan program dan manfaat dari program yang telah diberikan. Berbeda dengan hal tersebut, salah satu perusahaan di Indonesia yang telah menerapkan pelaksanaan program Corporate Social Responsibility adalah Kebun Raya Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.

Gembira Loka yang berada dibawah naungan manajemen PT. Buana Alam Tirta merupakan sebuah lembaga konservasi yang telah memiliki ijin dalam bidang usaha

pelestarian lingkungan hidup atau sumber daya alam yang juga memadukan antara Kebun Binatang modern, lokasi wisata dan wisata alam, hal ini tentu membuat Gembira Loka sangat bergantung pada kondisi alam yang ada. PT. Buana Alam Tirta dikelola oleh generasi ketiga dari para pendiri Kebun Raya Kebun Binatang Gembira Loka. Nama PT. Buana Alam Tirta diambil dari penggabungan tiga tokoh yang berjasa atas keberadaan Kebun Raya Kebun Binatang Gembira Loka .

Pelaksanaan program Corporate Social Responsibility Gembira Loka baru berjalan pasca erupsi Merapi, yaitu pada tahun 2010, program yang saat itu dilaksanakan lebih mengarah kepada kegiatan yang bersifat charity (amal) karena program terlaksana setelah melihat kondisi yang terjadi di sekitar perusahaan pada saat itu, terutama di daerah yang menjadi tempat pengungsian korban Merapi. Hal ini dilaksanakan karena kesadaran dari pihak Gembira Loka untuk turut berkontribusi membantu korban erupsi Merapi. Kebun Binatang Gembira Loka memilih untuk lebih fokus melaksanakan program Corporate Social Responsibility yang sesuai dengan bidangnya, dan tetap berpegang pada visi dan misi perusahaan yang tidak hanya mementingkan hal yang berkaitan dengan rekreasi tetapi juga tetap

membawa Gembira Loka sebagai sarana edukasi bagi masyarakat. Manager Marketing & Pengembangan Kebun Binatang Gembira Loka, Josep Kurniawan dalam wawancara mengatakan 90% konsep Corporate Social Responsibility yang dilaksanakan adalah berkaitan dengan satwa seperti yang telah dilaksanakan di Gunung Kidul.

Sedangkan 10% program Corporate Social Responsibility yang dilaksanakan oleh Gembira Loka adalah program yang bersifat sosial, seperti mendukung kegiatan Siap Siaga Bencana Palang Merah Remaja (SIGNPRAJA) Se-DIY pada tahun 2012, melaksanakan operasi bibir sumbing, hingga pelaksanaan program Pembelajaran Luar Sekolah. Pembelajaran Luar Sekolah merupakan program Corporate Social Responsibility Gembira Loka yang bekerjasama secara langsung dengan Tosca Organizer yang merupakan mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta jurusan Pendidikan Luar Sekolah.

Pelaksanaan program Pembelajaran Luar Sekolah. Pembelajaran Luar Sekolah merupakan program Corporate Social Responsibility Gembira Loka yang bekerjasama secara langsung dengan Tosca Organizer yang merupakan mahasiswa

Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta jurusan Pendidikan Luar Sekolah. Pembelajaran Luar Sekolah merupakan program dimana bentuk kegiatannya mengajak sekolah-sekolah khususnya di daerah Yogyakarta untuk melaksanakan pembelajaran yang dilaksanakan di Gembira Loka, materi yang diberikan tentu seputar satwa sesuai dengan konsep yang telah disesuaikan oleh Gembira Loka sesuai dengan permintaan dari masing-masing sekolah yang terlibat.

Program Pembelajaran Luar Sekolah merupakan program Corporate Social Responsibility yang berbeda dengan program yang telah dilaksanakan sebelumnya baik dari perusahaan lain maupun Gembira Loka sendiri, karena pelaksanaan program ini bukan hanya dilakukan atas dasar Undang-undang yang berlaku, namun perusahaan tetap memperhatikan konsep triple bottom line yaitu pelaksanaan program Pembelajaran Luar Sekolah tidak hanya memperhatikan aspek ekonomi semata, tetapi juga menyeimbangkan aspek lingkungan dan sosial yang berkelanjutan. Pelaksanaan periode pertama pada bulan Februari-April 2014 telah dilaksanakan dan program ini direncanakan akan dilaksanakan kembali setelah Lebaran nanti, hal ini dilakukan agar

proses pembelajaran tidak disalahgunakan sebagai ajang rekreasi semata, tetapi bagaimana konsep pembelajaran dan pengenalan satwa dan alam dapat terealisasi dengan baik.

Permasalahan dan Tujuan Kajian

Perbedaan antara perusahaan lainnya dengan Gembira Loka dalam melaksanakan program Corporate Social Responsibility ini menarik perhatian peneliti untuk mengetahui lebih dalam tentang program Pembelajaran Luar Sekolah yang dilaksanakan oleh Gembira Loka, faktor tersebut menjadikan penelitian ini memiliki nilai lebih dari penelitian lainnya yang sudah ada. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan Corporate Social Responsibility dalam program Pembelajaran Luar Sekolah.

Kerangka Teori

Kegiatan Corporate Social Responsibility di Indonesia saat ini menjadi program yang wajib dilaksanakan oleh perusahaan-perusahaan, karena perusahaan di Indonesia yang semakin menjamur dan keberadaannya semakin dirasakan oleh masyarakat, selain itu adanya undang-undang yang menyatakan bahwa perusahaan

swasta maupun negeri harus melaksanakan program tanggung jawab sosial ini juga semakin membawa korporasi untuk merancang program-program yang berpihak terhadap masyarakat. Corporate Social Responsibility atau social responsibility of corporations seperti telah dimengerti dalam bahasa Indonesia bahwa corporation atau korporasi langsung dimengerti sebagai perusahaan, khususnya perusahaan besar, kini korporasi secara spontan dimengerti sebagai perusahaan yang menunjukkan betapa pentingnya peranan bisnis dalam masyarakat kita, sehingga perusahaan dituntut untuk memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat itu sendiri .

Konsep Corporate Social Responsibility yang terkenal juga dicetuskan oleh John Elkington. Elkington memberikan rumusan mengenai Corporate Social Responsibility yang dikenal dengan istilah “Triple Bottom Line” rumusan tersebut mengelompokkan Corporate Social Responsibility kedalam tiga aspek yang meliputi kesejahteraan atau kemakmuran ekonomi (economic prosperity), peningkatan kualitas lingkungan (environmental quality) dan keadilan sosial (social justice). Lebih lanjut Elkington menegaskan bahwa suatu perusahaan yang ingin menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan (sustainability

development) harus memperhatikan “Triple P” yaitu Profit, Planet and People. Bila dikaitkan antara “Triple Bottom Line” dengan “Triple P” dapat disimpulkan bahwa “Profit” sebagai wujud aspek ekonomi, “Planet” sebagai wujud aspek lingkungan dan “People” sebagai aspek sosial, hal ini merupakan pelaksanaan yang dilakukan dan dapat berguna dari generasi ke generasi.

Program bagi perusahaan untuk melakukan inisiatif dan aktivitas yang berkaitan dengan berbagai masalah sosial sekaligus sebagai wujud komitmen dari tanggung jawab sosial perusahaan terbagi menjadi enam , yaitu :

- a. Cause Promotions (Promosi Kegiatan Sosial) Bentuk cause promotions merupakan bentuk komitmen perusahaan dengan memberikan kontribusi dana atau model penggalangan dana dengan tujuan meningkatkan kesadaran akan masalah-masalah sosial tertentu.
- b. Cause-related Marketing (Pemasaran terkait kegiatan sosial) perusahaan menyisihkan sepersekian persen dari pendapatan perusahaan sebagai bentuk kontribusi perusahaan bagi masalah sosial tertentu untuk periode atau jenis produk tertentu. Bentuk ini dengan kata lain merupakan donasi

- perusahaan sebagai wujud komitmen perusahaan.
- c. Corporate Social Marketing (Pemasaran kemasyarakatan korporasi) perusahaan membantu pengembangan maupun implementasi dari kegiatan kampanye dengan tujuan fokus untuk merubah perilaku tertentu yang bisa berdampak negatif.
 - d. Corporate Philanthropy (Kegiatan Filantropi perusahaan) Perusahaan berinisiatif dengan memberikan secara langsung kontribusi dalam bentuk donasi atau sumbangan tunai kepada suatu kegiatan amal.
 - e. Community Volunteering (Pekerja Sosial kemasyarakatan secara sukarela) komitmen yang dilakukan perusahaan berupa aktivitas memberikan bantuan dan mendorong karyawan serta mitra bisnisnya untuk secara sukarela terlibat membantu masyarakat setempat.
 - f. Socially Responsible Business Practices (Praktik Bisnis yang memiliki tanggung jawab sosial) merupakan inisiatif dimana perusahaan mengadopsi dan melakukan praktik bisnis tertentu serta investasi yang ditujukan untuk

meningkatkan kualitas komunitas dan melindungi lingkungan.

Keenam program ini dapat menjadi gambaran bagi perusahaan dalam menentukan konsep yang sesuai untuk perusahaannya, konsep yang sesuai dengan melihat visi dan misi perusahaan sebagai landasan dalam melaksanakan program Corporate Social Responsibility akan menjadi nilai tersendiri bagi perusahaan, karena perusahaan telah menguasai dasar dari program Corporate Social Responsibility yang akan dilaksanakan di perusahaannya.

Pelaksanaan program Corporate Social Responsibility merupakan tahap penerapan dari perencanaan program Corporate Social Responsibility yang telah ditentukan sebelumnya. Pelaksanaan program Corporate Social Responsibility secara garis besar tidak terlepas dari konsep keberadaan perusahaan yang melaksanakan, karena ketika program Corporate Social Responsibility dilaksanakan akan memiliki dampak berkelanjutan bagi perusahaan sendiri. Ada lima hal penting yang dapat mempengaruhi implementasi Corporate Social Responsibility :

1. Pertama menyangkut human capital atau pemberdayaan manusia.
2. Kedua, environments yang berbicara tentang lingkungan.

3. Ketiga adalah Good Corporate Governance.
4. Keempat, social cohesion, artinya dalam melaksanakan Corporate Social Responsibility jangan sampai menimbulkan kecemburuan sosial.
5. Kelima adalah economic strength atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian di bidang ekonomi.

Metode Kajian

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian deskriptif kualitatif, yaitu suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti menekankan sifat realitas yang terbangun secara sosial, hubungan erat antara peneliti dan subjek yang diteliti yaitu bagian Marketing dan Pengembangan PT. Buana Alam Tirta .

Metode penelitian yang digunakan yaitu studi kasus, dan dengan melalui tahap pengumpulan data yang terdiri dari wawancara dengan penanggung jawab program yaitu bagian Marketing dan Pengembangan, Tosca Organizer yaitu pemandu yang merupakan mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta dan dengan

beberapa sekolah yang terlibat dalam program Pembelajaran Luar Sekolah yaitu SD Kanisius Kalasan, SD Tarakanita Ngembesan dan SMP Stella Duce 1. Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang dibentuk dokumentasi.

Dokumentasi yang peneliti dapatkan merupakan foto atau dokumentasi kegiatan pembelajaran Luar Sekolah yang didapatkan dari pihak Gembira Loka, dokumentasi terdiri dari foto kegiatan yang memperlihatkan proses pelaksanaan Pembelajaran Luar Sekolah hingga kegiatan yang dilakukan oleh peserta didik. Selain itu, peneliti juga melakukan pengumpulan data melalui dokumen yang diberikan PT. Buana Alam Tirta mengenai Sejarah PT. Buana Alam Tirta, Sejarah Kebun Raya Kebun Binatang Gembira Loka serta dokumen lain yang terkait dengan program Pembelajaran Luar Sekolah.

Peneliti menggunakan triangulasi sumber primer dan sekunder yang didapatkan diluar perusahaan, yaitu Kebun Raya Kebun Binatang Gembira Loka selaku pelaksana teknis serta sekolah sebagai penerima manfaat program. Selain itu peneliti melakukan perbandingan antara data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan hasil observasi yang dilakukan secara langsung oleh peneliti. Dalam penelitian ini,

peneliti menggunakan triangulasi sumber sebagai teknik triangulasi. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif.

Hasil Kajian

Minimnya pengetahuan peserta didik mengenai flora dan fauna menjadi latar belakang dari pelaksanaan program Pembelajaran Luar Sekolah ini, dengan menggandeng Tosca Organizer dari Jurusan Pendidikan Luar Sekolah, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta ini Gembira Loka berusaha mewujudkan konsep bahwa Gembira Loka bukan hanya sebagai tempat rekreasi, namun juga sebagai lembaga konservasi berijin resmi sebagai tempat pendidikan, selain itu Gembira Loka juga berharap dapat menjadi tempat riset dan penelitian.

Dengan latar belakang ini, Gembira Loka melaksanakan program Corporate Social Responsibility dengan tahapan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

Program pembelajaran luar sekolah baru direncanakan pada tahun 2013 dilaksanakan oleh bagian Marketing dan Pengembangan Gembira Loka Zoo. Setelah memiliki perencanaan konsep yang matang akhirnya

Gembira Loka pada bulan April 2013 mengajak Universitas Negeri Yogyakarta secara langsung, dengan jurusan yang lebih spesifik yaitu Pendidikan Luar Sekolah, Fakultas Ilmu Pendidikan, selain itu Universitas Negeri Yogyakarta juga satu-satunya perguruan tinggi yang memiliki jurusan Pendidikan Luar Sekolah di Kota Yogya.

Setelah melakukan trial, akhirnya pada tanggal 17 Februari 2014 Gembira Loka dan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta menandatangani Momerandum Of Understanding (MoU), dengan adanya kerjasama ini membuat Gembira Loka Zoo dan Tosca Organizer memiliki hubungan yang jelas. Kegiatan ini secara finansial (pedanaan) memiliki dasar dengan memotong biaya tiket masuk, Gembira Loka hanya mengajukan biaya Rp. 10.000 dari biaya semula hal ini dilakukan bukan untuk keuntungan dari Gembira Loka, namun biaya yang ada digunakan untuk mempersiapkan materi untuk peserta didik Pembelajaran Luar Sekolah.

Kemudian tahap selanjutnya adalah pelaksanaan program, Pembelajaran Luar Sekolah merupakan salah satu program Corporate Social Responsibility andalan dari Kebun Binatang Gembira Loka, karena cara

pembelajaran seperti ini menjadi program satu-satunya yang ada di Indonesia jelas Manager Marketing dan Pengembangan, Bapak Josep Kurniawan. Dalam proses pelaksanaan Pembelajaran Luar Sekolah, Gembira Loka berperan sebagai penyelenggara yang menyediakan sarana dan prasarana dari lancarnya setiap kegiatan selain itu juga menyiapkan materi mengenai flora dan fauna, sedangkan Tosca Organizer memiliki peran dalam memberikan materi serta dalam proses pelaksanaan.

Materi yang disampaikan akan disesuaikan dengan tema yang telah dipersiapkan oleh tim Lapangan Gembira Loka sebelumnya, semisal tema kegiatan pada hari itu adalah mengenai hewan Gajah, maka materi yang diberikan akan berkaitan dengan Gajah, diantaranya dengan berkenalan dengan Gajah, memberi makan Gajah, sehingga materi yang diberikan akan fokus membahas mengenai hewan tersebut, peserta didik juga dapat bertanya dengan langsung kepada pemandu yang mendampingi seputar materi yang disampaikan terkait dengan satwa.

Setelah melalui kedua tahapan diatas, yang terakhir adalah melaksanakan proses evaluasi, penanggungjawab program Pembelajaran Luar Sekolah dari Gembira Loka menyatakan bahwa evaluasi

merupakan tahapan yang sangat penting bagi Gembira Loka Zoo. Tahap selanjutnya Gembira Loka telah berencana akan menggandeng dinas terkait dan akan menawarkan program Pembelajaran Luar Sekolah ini sebagai program wajib Dinas Pendidikan bagi sekolah-sekolah, hal ini dilakukan agar tidak hanya sekolah-sekolah yang ada di Yogyakarta yang dapat mengikuti program ini, namun seluruh sekolah yang memiliki keinginan terlibat dapat mendaftar langsung dengan pihak terkait.

PT. Buana Alam Tirta memberikan tugas untuk mengkonsep program Corporate Social Responsibility kepada divisi Marketing dan Pengembangan karena divisi Public Relations yang sementara dikosongkan dengan alasan ada divisi lain yang lebih membutuhkan sumber daya manusia. Divisi Marketing dan Pengembangan berperan dalam melakukan proses sosialisasi dengan sekolah-sekolah terkait pelaksanaan program Pembelajaran Luar Sekolah. Divisi Marketing dan Pengembangan yang lebih dikenal sebagai bagian yang berperan dalam memasarkan produk atau jasa instansi juga dihadapkan pada kegiatan-kegiatan yang juga masuk ke dalam strategi Public Relations.

Corporate Social Responsibility diterapkan karena adanya keresahan yang akan dirasakan masyarakat karena keberadaan perusahaan-perusahaan yang semakin bertambah tanpa memperhatikan kesejahteraan sekitarnya, hal ini juga yang dirasakan oleh Gembira Loka. Program Pembelajaran Luar Sekolah mencakup ke dalam rumusan yang disebutkan oleh John Elkington mengenai Corporate Social Responsibility yang dikenal dengan istilah Triple Bottom Line, yang meliputi tiga aspek kemakmuran ekonomi (economic prosperity), peningkatan kualitas lingkungan (environmental quality) dan keadilan sosial (social justice) dengan memperhatikan konsep pembangunan keberlanjutan melalui konsep 3 P yaitu Profit, Planet and People.

Aspek ekonomi (Profit), dengan sasaran program adalah siswa yang berasal dari sekolah-sekolah yang ada di kota Yogya. Melalui strategi ini, Gembira Loka mampu menjadikan program Pembelajaran Luar Sekolah sebagai sarana untuk meningkatkan pengunjung yang datang ke Gembira Loka, aspek sosial (People), karena target dalam pelaksanaan yang tertuju bagi peserta program yang berasal dari Taman Kanak-kanak hingga siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) ini memberikan pengenalan dan pemahaman mengenai satwa

sejak dini, dan yang terakhir adalah aspek lingkungan (Planet) menjadi hal yang sangat penting, karena lingkungan menjadi salah satu penentu kehidupan manusia kedepannya, lingkungan dalam Gembira Loka ini diantaranya sumber daya alam wilayah Gembira Loka.

Tahapan perencanaan telah dilaksanakan oleh tim dari Gembira diantaranya dengan penetapan Visi dan Misi yang merupakan penurunan dari Visi dan Misi dari Kebun Raya Kebun Binatang sendiri. Dari dasar yang ada, Gembira Loka menetapkan visi program untuk menjadikan Gembira Loka bukan hanya sebagai tempat rekreasi semata bagi pengunjungnya terutama anak-anak yang masih melaksanakan pendidikan formal. Kemudian menetapkan tujuan, Gembira Loka menginginkan peserta didik tidak hanya mengenal satwa secara singkat, tetapi peserta didik dapat memaknai dan menjadikan pembelajaran di Gembira Loka dapat diingat dan diaplikasikan selanjutnya.

Sumber dana dalam pelaksanaan program Pembelajaran Luar Sekolah ini bukan berasal dari penyisihan dana yang ditetapkan dalam Undang-undang yang berlaku, dana untuk melaksanakan program Pembelajaran Luar Sekolah didapatkan langsung dari biaya peserta didik yang

diminta lebih murah dari harga tiket biasanya yaitu sebesar Rp. 10.000, biaya tersebut dijelaskan oleh pihak Gembira Loka digunakan untuk materi yang diberikan kepada peserta didik itu sendiri. Gembira Loka tidak mengambil keuntungan dari peserta didik. Sedangkan untuk trainer dari Tosca Organizer sendiri pihak Gembira Loka menyediakan fee sebelumnya. Program Corporate Social Responsibility yang dilaksanakan oleh Gembira Loka menurut peneliti tergolong ke dalam program Socially Responsible Business Practices (Praktika Bisnis yang memiliki tanggungjawab sosial), karena peneliti melihat pelaksanaan program tidak hanya berfokus bagaimana perusahaan melihat dampak yang akan didapatkan oleh Perusahaan terkait program yang akan dilaksanakan, tetapi Perusahaan juga memperhatikan bagaimana masyarakat dapat menerima program Corporate Social Responsibility dengan baik dan dapat memahami bagaimana peran alam dan satwa dalam lingkungan kehidupan masyarakat saat ini dan selanjutnya.

Dengan mengangkat program yang memang menjadi latar belakang Perusahaan yaitu mengenai pengenalan satwa dan alam membawa pelaksanaan program memiliki keuntungan bagi Perusahaan, karena bukan

hanya melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan Perusahaan yang tertulis dalam Undang-undang, Perusahaan juga tetap berjalan dengan bisnisnya dalam Lembaga Konservasi yang melestarikan aneka satwa dan alam. Dalam pelaksanaan program Pembelajaran Luar Sekolah, tim pelaksana program juga memiliki tugas dalam mengedukasi peserta didik bukan hanya sebatas mengenal satwa yang ada, tetapi bagaimana peserta didik mampu belajar dan berfikir lebih kreatif dengan cara penyampaian pembelajaran yang berbeda dari yang biasa mereka terima.

Evaluasi yang merupakan tahap akhir dalam setiap pelaksanaan program menjadi hal yang juga sangat penting bagi perusahaan, karena melalui tahap evaluasi perusahaan dapat mengetahui apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dari program yang telah dilaksanakan. Melalui program ini, Gembira Loka mengakui bahwa pengunjung Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka terus bertambah di luar kegiatan Pembelajaran Luar Sekolah, sehingga pemasukan Gembira Loka Zoo juga bertambah. Gembira Loka telah berencana akan menggandeng dinas terkait dan akan menawarkan program Pembelajaran Luar Sekolah ini sebagai program wajib Dinas Pendidikan bagi

sekolah-sekolah, hal ini dilakukan agar tidak hanya sekolah-sekolah yang ada di Yogyakarta yang dapat mengikuti program ini, namun seluruh sekolah yang memiliki keinginan terlibat dapat mendaftar langsung dengan pihak terkait.

Peran Public Relations dalam pelaksanaan program Corporate Social Responsibility saling berkaitan satu sama lain, karena kegiatan Corporate Social Responsibility masuk ke dalam salah satu ruang lingkup strategi kegiatan yang harus dikerjakan oleh divisi Public Relations. Dalam program Pembelajaran Luar Sekolah, divisi Marketing dan Pengembangan melaksanakan beberapa strategi yang biasa dilakukan oleh Public Relations yaitu Publications, Community involvement (kepedulian pada komunitas), Lobbying and negotiation dan Social Responsibility. Dengan memberikan konsep kepada divisi yang memang memiliki kemampuan dasar dalam bidangnya, maka pelaksanaan Corporate Social Responsibility dapat terlaksana dengan baik.

Kesimpulan

Strategi program Pembelajaran Luar Sekolah disusun dengan cara sentralisasi, dimana program merupakan aplikasi tanggungjawab sosial terpusat di

perusahaan. Program Pembelajaran Luar Sekolah dilakukan dengan berkerjasama dengan pihak lain diluar Perusahaan yaitu Tosca Organizer dari Universitas Negeri Yogyakarta. Strategi Public Relations dilakukan disini, meskipun yang melakukan program adalah divisi Marketing dan Pengembangan, namun melalui program Pembelajaran Luar Sekolah Perusahaan berhasil membawa nama Gembira Loka positif dimata sekolah yang pernah terlibat dalam program Pembelajaran Luar Sekolah.

Program Corporate Social Responsibility yang diberikan Gembira Loka kepada sekolah tidak hanya meliputi aspek ekonomi, namun tetap memperhatikan rumusan dari John Elkington, yaitu aspek sosial dan aspek lingkungan. Program Pembelajaran Luar Sekolah ini merupakan pelaksanaan Corporate Social Responsibility yang menjadi praktik bisnis sukarela (discretionary business practice) dimana pelaksanaan Corporate Social Responsibility lebih banyak berasal dari inisiatif perusahaan dan bukan merupakan aktivitas yang dituntut untuk dilakukan perusahaan oleh peraturan undang-undang yang berlaku di Indonesia.

Yang menjadi kendala dalam pelaksanaan program ini adalah sekolah

sama sekali belum mengetahui Gembira Loka memiliki program Corporate Social Responsibility berupa Pembelajaran Luar Sekolah. Program yang idealnya direncanakan oleh praktisi Public Relations saat ini berjalan dengan bagian Marketing dan Pengembangan Kebun Raya Kebun Binatang Gembira Loka. Melalui program ini minat pengunjung untuk lebih mengenal satwa dan menikmati kondisi alam yang ada meningkat, terlebih selanjutnya Gembira Loka telah merencanakan untuk mengajak Dinas Pendidikan untuk bekerjasama.

Setelah melalui tahapan yang ada pelaksanaan program Pembelajaran Luar Sekolah secara keseluruhan sudah baik, namun masih perlu ditingkatkan lagi dalam hal perencanaan atau konsep, serta dalam tahapan evaluasi harus lebih dimaksimalkan lagi secara keseluruhan dari program yang telah dilaksanakan, terutama dalam hal sosialisasi. Dalam pelaksanaan program Corporate Social Responsibility divisi Marketing dan Pengembangan sebaiknya melibatkan peran divisi Public Relations yang memang berlatar belakang memahami mengenai Public Relations, karena dasar Public Relations memiliki strategi tersendiri dalam menjalin relasi serta merencanakan, melaksanakan, memonitoring hingga

melihat kemungkinan- kemungkinan yang menjadi peluang dan penghambat pelaksanaan suatu program, terutama program Corporate Social Responsibility.

Daftar Pustaka

- Bertens, K. 2000. Pengantar Etika Bisnis. Kanisius. Yogyakarta.
- Bungin, Burhan. 2010. Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya. Kencana. Jakarta.
- Fajar ND, Mukti. 2010. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Di Indonesia: Studi tentang Penerapan Ketentuan CSR pada Perusahaan Multinasional, Swasta Nasional & BUMN di Indonesia. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Nancy Lee. 2007. Marketing in The Public Sector a Roadmap to Improve Performance. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip and Nancy Lee. 2005. CSR: Doing The Most Good For Your Company and Your Cause. John Wiley and Sons.
- Kurniati, Rahmatullah Trianita. 2011. Panduan Praktis Pengelolaan CSR

- (Corporate Social Responsibility). Samudra Biru. Yogyakarta.
- Mo Leong, Lexy J. 2001. Metodologi Penelitian Kualitatif. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Mulyana, Dedy. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Noor, Juliansyah. 2011. Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah. Kencana. Jakarta.
- Nova, Firsan (2009). Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan. Grasindo.
- Post, Lawrence, dan Weber. 2002. Business and Society: Corporate Strategy, Ethics, Public Policy. McGraw Hill.
- Urip, Sri. 2010. CSR Strategies: Corporate Social Responsibility For A Competitive Edge In Emerging Markets. John Wiley and Sons (Asia).
- Untung, Dr. Hendrik Budi. Corporate Social Responsibility. Sinar Grafika. Jakarta.
- Wahyudi, Isa dan Busyra Azheri. 2008. CSR: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi. In-Trans Publishing. Malang.
- <http://gembiralokazoo.com/page/pt-buana-alam-tirta.html>). 16 Februari 2014.
- <http://gembiralokazoo.com/glzoo-siap-fasilitasi-pelestarian-penyu-di-pantai-samas.html>. 18 Mei 2014

