



**PROGRAM CSR PT FRISIAN FLAG DALAM PEMBERDAYAAN
PETERNAK SUSU SAPI LEMBANG JAWA BARAT**

Heri Afianto
Universitas Bina Sarana Informatika
(Naskah diterima: 1 September 2020, disetujui: 28 Oktober 2020)

Abstract

PT Frisian Flag's corporate social responsibility program in empowering cow milk farmers Through the concept of Dairy village is an effort to improve the quality and quantity of cow's milk production in Indonesia. There are three problems that hinder the production of Indonesian cow's milk, namely unproductive cow breeds, the lack of available land for feed, and capital for cattle ranchers. Based on this, PT Frisian Flag Indonesia continues to pay full attention to efforts to improve the quality and quantity of milk through the Corporate Social Responsibility (CSR) program. One of the ongoing programs carried out by PT Frisian flag is to build a Dairy village in Lembang, West Java, which aims to increase the capacity and ability of cattle farmers to produce high quality and high quality cow's milk. The methodology in this study uses a qualitative methodology with a case study method. Thus, through PT Frisian Flag's Corporate Social Resilience program through the empowerment of cattle ranchers with the concept of Dairy village in West Lembang, providing maximum achievement, in addition to increasing the cattle farmer's economy but also increasing the quality and quantity of cow's milk currently growing.

Keywords: corporate social responsibility, empowerment of farmers

Abstrak

Program Corporate social responsibility PT Frisian Flag dalam pemberdayaan peternak susu sapi Melalui konsep *Dairy village* ini merupakan upaya meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi susu sapi di Indonesia. Adanya tiga masalah yang menghambat produksi susu sapi Indonesia yaitu bibit sapi yang tidak produktif, minimnya ketersediaan lahan untuk pakan, serta permodalan bagi peternak sapi. Berdasarkan hal tersebut PT Frisian Flag Indonesia terus memberikan perhatian penuh terhadap upaya peningkatan kualitas dan kuantitas susu Melalui program Corporate Social Responsibility (CSR). Salah satu program berkelanjutan yang dilaksanakan PT Frisian flag yaitu membangun *Dairy village* di Lembang Jawa Barat yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kemampuan peternak sapi dalam menghasilkan susu sapi yang berkualitas dan kuantitas yang tinggi. Metodologi pada penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan metode studi kasus. Dengan demikian melalui program Corporat Social resonability PT Frisian Flag melalui pemberdayaan peternak sapi dengan konsep *Dairy village* di Lembang Jawab Barat, memberikan pencapaian yang maksimal,

selain memberikan peningkatan perekonomian perternak sapi tetapi juga meningkatkan kualitas dan kuantitas susu sapi saat ini terus berkembang.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility, Pemberdayaan Peternak

I. PENDAHULUAN

Susu merupakan salah satu bahan pokok yang dikonsumsi manusia sejak kurang lebih 8000 tahun sebelum masehi. Diperkirakan susu mulai dikenal di Eropa sejak 5000 tahun sebelum masehi dan mulai memelihara sapi untuk menghasilkan susu pada abad ke-15. Susu sapi sendiri mulai dikenal bangsa Indonesia pada abad ke-18 lewat penjajahan Hindia Belanda. (Data.jabarprov.go.id, 2019)

Sapi perah merupakan ternak penghasil susu sapi yang sangat dominan dibandingkan sapi perah lainnya. Sapi perah sangat efisien dalam mengubah makanan ternak berupa koncentrat dan hijauan menjadi susu sapi yang sangat bermanfaat bagi kesehatan dan pertumbuhan. Susu sapi disebut juga darah putih bagi tubuh karena kandungan susu memiliki banyak vitamin dan berbagai macam asam amino yang baik bagi kesehatan tubuh. Kandungan gizi susu terdapat vitamin B2 dan vitamin A, selain protein juga terdapat macam-macam asam amino yang penting untuk pertumbuhan tubuh.

Kandungan susu juga terdapat kolin yang melimpah; nutrisi penting yang ditemukan untuk membantu tidur, gerakan otot, belajar dan memori. Kolin membantu menjaga struktur membran sel, membantu transmisi impuls saraf, membantu penyerapan lemak dan dapat mengurangi peradangan kronis. Kandungan gizi susu lainnya seperti potassium yang dapat menurunkan risiko stroke, penyakit jantung, tekanan darah tinggi, perlindungan terhadap hilangnya massa otot. Sementara vitamin D dapat menyehatkan tulang, yang membantu dalam pembentukan, pertumbuhan, dan perbaikan tulang. Kandungan susu ini juga memainkan peran penting dalam penyerapan kalsium dan fungsi kekebalan tubuh. (redaksi doktersehat.com, 2018)

Berdasarkan berbagai manfaat dan kandungan dari susu sapi yang sangat penting tubuh maka di butuhkan kualitas dan kuantitas susu yang mencukupi kebutuhan. Akan tetapi berdasarkan data dari databox menjelaskan bahwa Produksi susu segar nasional pada 2018 turun 2% menjadi 909,6 ribu ton dari 928,1 ribu ton pada 2017. Padahal, sejak 2014 produksi susu segar nasional selalu mening-

kat. Selama sembilan tahun terakhir, peningkatan tertinggi terjadi pada 2010, yakni sebesar 9,9% menjadi 909,5 ribu ton. Kenaikan produksi susu segar nasional tertinggi selanjutnya terjadi pada 2016, yakni 9,3% menjadi 912,7 ribu ton. Selain itu, penurunan produksi susu nasional tidak hanya terjadi pada 2018. Kontraksi terbesar pernah terjadi pada 2013 yang anjlok 18% dari tahun sebelumnya menjadi 786,8 ribu ton. Penurunan selanjutnya terjadi pada 2012 sebesar 1,5% menjadi 959,7 ribu ton. (Databoks.katadata.co.id, 2019)

Tabel 1 Produksi Susu Segar Nasional 2009-2018



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

Lebih lanjut, Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) Teten Masduki menyebutkan tiga masalah yang menghambat produksi susu sapi Indonesia. Kondisi tersebut membuat kebutuhan susu masih didominasi oleh produk impor. Beliau mengatakan tiga masalah tersebut adalah. “bibit sapi yang

tidak produktif, minimnya ketersediaan lahan untuk pakan, serta permodalan. Hal ini yang membuat selisih antara konsumsi dan produksi susu masih tidak seimbang”.

Menurut beliau, konsumsi susu mencapai 9 juta ton per tahun. Sedangkan dari data Badan Pusat Statistik, produksi susu sapi 2018 hanya 909 ribu ton. “Mereka (peternak) pernah jaya, tahun 1998 kemudian turun karena ada beberapa problem,”.(Agribiznetwork.com, 2020)

Dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi susu sapi maka dibutuhkan peningkatan pemberdayaan peternak sapi dalam merawat sapi perah, maka diperlukan kontribusi perusahaan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Kontribusi dapat berupa melalui pelaksanaan program corporate social responsibility.

Jamali dan Mirshak mengutip definisi CSR oleh The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) mendefinisikan CSR sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja sama dengan para pekerja, keluarga mereka dan komunitas lokal. Sementara itu, Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam perkembangan

ngan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan yang menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan". (Lubis, 2017).

Berdasarkan uraian tersebut, Sejak 2009, PT Frisian Flag Indonesia terus memberikan perhatian penuh terhadap upaya peningkatan kualitas hidup masyarakat di sekitar perusahaan. Melalui program Corporate Social Responsibility (CSR), Frisian Flag Indonesia memiliki empat bidang fokus yaitu pendidikan, kesehatan dan nutrisi, lingkungan hidup, dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. (Frisianflag.com, 2017b).

PT Frisian Flag Indonesia (FFI) adalah produsen produk-produk nutrisi berbasis susu untuk anak-anak di Indonesia dengan merek Frisian Flag, yang juga dikenal sebagai Susu Bendera. Frisian Flag telah menjadi bagian dari pertumbuhan keluarga Indonesia selama lebih dari 95 tahun. Selama itu pula, Frisian Flag selalu memberikan komitmennya untuk terus berkontribusi membantu anak-anak Indonesia meraih potensinya yang tertinggi, melalui produk-produk bernutrisi tepat. Salah satu program berkelanjutan yang dilaksanakan PT Frisian flag yaitu membangun dairy village yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas

dan kemampuan peternak sapi dalam menghasilkan susu yang berkualitas dan kuantitas yang tinggi. (Frisianflag.com, 2017a)

Maurits Klavert selaku Presiden Direktur Frisian Flag Indonesia menjelaskan, "Dairy Village dibangun sebagai proyek percontohan peternakan sapi perah independen untuk mengatasi tantangan peternak sapi perah lokal. Lahan peternakan ini ditujukan khusus untuk peternak sapi perah lokal dan akan dikelola langsung oleh Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU) Lembang melalui kerjasama erat dengan FFI. Desa perah ini juga merupakan bentuk peningkatan kemitraan strategis yang telah berlangsung selama lebih dari 20 tahun dengan peternak sapi perah di Lembang. Kami berkeinginan untuk tumbuh lebih kuat bersama-sama melalui upaya pemberdayaan peternak sapi perah secara berkelanjutan dengan tujuan meningkatkan kapasitas dan kemampuan mereka dalam menghasilkan susu dan kualitas dan kuantitas yang tinggi, melalui konsep Dairy Village,". (Frisianflag.com, 2018)

Dari uraian tersebut judul penulisan ini adalah: Program Corporate Social Responsibility PT Frisian Flag dalam upaya pemberdayaan peternak susu sapi Lembang Jawa Barat.

Penelitian Terkait

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis mereferensi dari penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan corporate Social Responsibility yaitu Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Pt. Pertamina (Persero) Marketing Operation Region (Mor) I – Terminal Bahan Bakar Minyak (Tbbm) Siantar: Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Melalui Program Bangun Industri Desa (Bid)

Penulis Andri Zainal^{1*}, Tengku Citra Nisa Farza¹, Roza Thohiri¹, Pasca Dwi Putra¹

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana keberhasilan pemberdayaan masyarakat terhadap potensi lokal di Kota Pematang Siantar (dilihat dari usaha produksi ice cream, susu kambing dan tenunan ulos asli batak) yang diterapkan melalui program BID melalui skema CSR PT. PERTAMINA (Persero) MOR I – TBBM Siantar di wilayah administratif Kota Pematang Siantar. Hasil analisis studi menunjukkan implikasi program BID dan CSR mampu memberikan dampak positif kepada masyarakat Kota Pematang Siantar melalui peningkatan ekonomi dan perubahan budaya. Peningkatan ekonomi dimaknai sebagai peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat sebagai dampak positif

dari peningkatan kualitas produk yang dihasilkan setelah pelaksanaan pemberdayaan masyarakat. Peningkatan pendapatan dirasakan oleh anggota kelompok penggiat susu kambing, ice cream dan penenun ulos asli batak. Perubahan budaya yakni perubahan ke arah sikap mental wirausaha telah nampak pada pelaku usaha, seperti memiliki visi, mampu membaca peluang, dan percaya diri.(Zainal, Andri, 2018)

Perbedaan yang terdapat yaitu pada penelitian sebelumnya mengenai pemberdayaan masyarakat local di kota siantar melalui program BID CSR PT pertamina telah memberikan dampak positif dengan peningkatan ekonomi masyarakat melalui susu kambing, berupa ice cream dan pendekatan budaya yaitu ulos asli batak. Artinya terdapat 2 program yang dilaksanakan. Sedangkan dalam penelitian program CSR yang dilaksanakan PT Frisian Flag ini hanya berfokus pada kualitas dan kuantitas susu sapi perah dari peternak sapi melalui program diary village lembang jawa barat dan hasil yang di peroleh dalam program Diary village memberikan selain memberikan peningkatan pada kualitas dan kuantitas susu sapi akan tetapi juga peningkatan perekonomian peternak susu sapi.

II. KAJIAN TEORI

Teori yang digunakan yaitu dalam penelitian ini meliputi :

Corporate Sosial Responsibility

Corporate Sosial Responsibility Kotler & Nancy (2005:4) corporate social responsibility (CSR) adalah: “komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktis bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagian sumber daya perusahaan”. (Wibisono, 2007).

CSR di definisikan sebagai “tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negative dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan (triple bottom line) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan). Tanggung jawab sosial di artikan sebagai berikut: “merupakan kontribusi dari dunia usaha terhadap pembangunan berkelanjutan dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari kegiatannya”. (Wibisono, 2007).

Dari raihan tersebut maka yang dimaksud corporate social responsibility adalah tanggung jawab perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas dengan pembangunan berkelanjutan serta memperhatikan dam-

pak ekonomi, sosial dan lingkungan. Manfaat Corporate Social Responsibility Agar Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dilaksanakan secara terus menerus, Perusahaan harus sudah menggunakan Prinsip Triple Bottom Line yang berpijak pada pemikiran bahwa selain mengejar keuntungan, perusahaan juga harus melihat sisi kesejahteraan lingkungan atau dikenal dengan istilah 3 P (profit, People, Planet)

(Wibisono, 2007) menyatakan bahwa “perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan 3 P”. yaitu:

1. Profit (keuntungan) setiap perusahaan pasti akan berlomba-lomba untuk meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya.
2. People (masyarakat) masyarakat merupakan stakeholder penting bagi perusahaan dikarenakan dukungan masyarakat sangat di perlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Untuk mempekokoh komitmen dalam tanggung jawab sosial, perusahaan perlu memiliki pandangan bahwa CSR adalah investasi kedepan. Karena melalui hubungan yang harmonis dan citra yang baik timbal baliknya masyarakat juga akan ikut menjaga eksistensi.

3. Planet (lingkungan) Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita. Hubungan kita dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, dimana jika merawat lingkungan, maka lingkunganpun akan memberikan manfaat kepada kita. Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Lebih lanjut (Wibisono, 2007) menyatakan, “tiga alasan mengapa kalangan dunia mesti merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya” antara lain :

1. Perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat.
2. Kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat saling ketergantungan. Dan juga untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat
3. Tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau menghindari konflik.
1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan citra perusahaan
2. Layak mendapatkan social license to operate masyarakat sekitar adalah komunitas utama perusahaan
3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan, oleh karena itu pelaksanaan program corporate social responsibility
4. Sebagai langkah preventif untuk mencegah memburuknya hubungan dengan stakeholder perlu mendapat perhatian.
5. Melebarkan akses daya. Track record yang baik dalam pengelolaan corporate social responsibility merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu meluluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.
6. Membentangkan akses menuju market
7. Mereduksi biaya
8. Memperbaiki hubungan dengan stakeholder
9. Memperbaiki hubungan dengan regulator i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
10. Peluang mendapatkan penghargaan.

Bidang Program Tanggung Jawab Social corporate

Menurut (Iriantara Yosal, 2007) bahwa “kita bisa melihat bagaimana ruang lingkup

Wibisono (2007:84) menguraikan 10 keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan jika melakukan program corporate sosial responsibility: yaitu:

tugas yang bisa di jalankan seorang staff atau praktisi public relations dalam konteks tanggung jawab korporat dengan melihat bidang-bidang program tanggung jawab sosial”, bidang programnya antara lain.

- a. Komunitas dan masyarakat dengan memperkerjakan tenaga local, program pengembangan masyarakat
- b. Program-program karyawan seperti keberagaman di tempat bekerja (khusus dalam manajemen) dengan partisipasi dalam pengembalian keputusan
- c. Program penangan pelanggan/produk seperti program pelabelan – komunikasi dengan pelanggan berdasarkan standar perusahaan

(Iriantara Yosal, 2007) menyatakan, Kegiatan-kegiatan tanggung jawab social corporate antara lain:

- a. Memfasilitasi, melalui pemberian intensif bagi perusahaan untuk terlibat dalam agenda-agenda tanggung jawab sosial yang mendorong perbaikan sosial dan lingkungan
- b. Kemitraan, dengan mengembangkan kemitraan strategis antara pemerintah perusahaan dan masyarakat madani untuk menangani permasalahan-permasalahan sosial dan lingkungan yang kompleks

c. Kesehatan dan pendidikan dengan memberikan pemahaman, pengetahuan tentang hal-hal yang penting kebersihan dan kesehatan Pemberdayaan Masyarakat Zakiah menyatakan (2010:44)

Pemberdayaan

Menurut Eddy Papilaya dalam (Zubaedi, 2007) Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun kemampuan masyarakat, dengan mendorong, memotivasi, membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki dan berupaya untuk mengembangkan potensi itu menjadi tindakan nyata.

Ginandjar Kartasasmitha menyatakan bahwa pemberdayaan adalah suatu upaya untuk membangun daya itu, dengan cara mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya. (Kartasasmitha, 1996)

Pemberdayaan Peternak

Peraturan pemerintah Republik Indonesia nomor 6 tahun 2013 tentang pemberdayaan peternak (pasal 1)

- 1. Pemberdayaan Peternak adalah segala upaya yang dilakukan oleh Pemerintah, pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten/kota, dan pemangku kepentingan di bidang Peternakan dan Kesehatan Hewan

- untuk meningkatkan kemandirian, memberikan kemudahan dan kemajuan usaha, serta meningkatkan daya saing dan kesejahteraan Peternak.
2. Peternak adalah perorangan warga negara Indonesia atau korporasi yang melakukan Usaha Peternakan. 3. Usaha Peternakan adalah kegiatan usaha budidaya Ternak untuk menghasilkan bahan pangan, bahan baku industri, dan kepentingan masyarakat lainnya di suatu tempat tertentu secara terus menerus. (ditjenpkh.pertanian.go.id, 2013).
- III. METODE PENELITIAN**
- Metodologi pada penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan metode studi kasus. Menurut (Kriyantono, 2006) “metode studi kasus yaitu metode riset yang menggunakan berbagai sumber data yang bisa digunakan untuk meneliti menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis”. (Mulyana 2001) study kasus periset bertujuan “Memberikan uraian yang lengkap dan mendalam mengenai subjek yang diteliti. Karena itu study kasus memiliki ciri:
1. Partikularistik : artinya studi kasus berfokus pada situasi, peristiwa, program atau fenomena tertentu
 2. Deskriptif. Hasil akhir metode ini adalah deskriptif detail dari topic yang dipilih
 3. Heuristic metode study kasus membantu khalayak memahami apa yang sedang ditekeli, interpretasi baru, perspektif baru, makna baru merupakan tujuan dari studi kasus.
 4. Induktif Study kasus berangkat dari fakta-fakta di lapangan, kemudian menyimpulkan kedalam konsep atau teori. Data yang diperoleh akan di analisis secara kualitatif yaitu analisis yang dilakukan dengan memahami dan merangkai data yang telah dikumpulkan dan disusun secara sistematis kemudian di tarik kesimpulan.

(Pawito, 2008) mengemukakan bahwa dalam penelitian kualitatif, kesimpulan yang dihasilkan pada umumnya tidak dimaksudkan sebagai generalisasi, tetapi sebagai gambaran interpretative tentang realitas atau gejala yang diteliti secara holistic dalam setting tertentu, disini dikandung arti bahwa temuan apapun yang di hasilkan pada dasarnya bersifat terbatas pada kasus yang di amati. Oleh karena itu, prinsip berfikir induktif lebih menonjol dalam penarikan kesimpulan dalam penelitian komunikasi kualitatif.

Metode kualitatif menurut Bogdan & Taylor dalam (Ruslan, 2011) “diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks setting tertentu yang di kaji dari sudut pandang yang utuh komprehensif dan holistic”

(Moleong, Lexy, 2002) mengemukakan bahwa “salah satu karakteristik dalam penelitian kualitatif adalah deskriptif. Dalam hal ini data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang di kumpulkan berkesempatan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipankutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut”.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, studi pustaka, dokumentasi. Observasi menurut (Djaelani, 2013) Observasi berasal dari kata observation yang berarti pengamatan. Metode observasi dilakukan dengan cara mengamati perilaku, kejadian atau kegiatan orang atau sekelompok orang yang diteliti. Kemu-

dian mencatat hasil pengamatan tersebut untuk mengetahui apa yang sebenarnya terjadi.

Lebih lanjut dijelaskan Observasi atau pengamatan dapat dilaksanakan dengan bantuan alat pengamatan yang berupa, daftar cek, tabel sosiometri, catatan lapangan, jurnal harian, alat perekam elektronik dan format lainnya.

Teknik Wawancara. Menurut (Sugiyono 2010) Pengertian wawancara sebagai berikut: Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

Studi Pustaka menurut (Gunawan: 2016) yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari peraturan peraturan, buku-buku referensi, laporan-laporan, media lainnya yang berkaitan dengan obyek penelitian yaitu Program CSR PT Frisian Flag Dalam Pemberdayaan Peternak Susu Sapi Lembang Jawa Barat.

Dokumentasi (Ningrum, 2015) dalam Hamidi Metode dokumentasi adalah: informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun dari

perorangan. Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian. dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Data yang diperoleh peneliti dalam penulisan melalui observasi dengan mengamati mengenai Program CSR PT Frisian Flag dengan mendapatkan bantuan dari alat pengamatan berupa pemberitaan di media digital, Hasil wawancara diperoleh dari hasil pernyataan yang disampaikan oleh Maurits Klavert selaku Presiden Direktur Frisian Flag Indonesia kemudian Study pustaka dengan menggunakan buku, jurnal atau sumber tertulis dan dokumentasi berupa gambar atau foto mengenai program Corporate social responsibility PT Frisian Flag.

IV. HASIL PENELITIAN

PT Frisian Flag Indonesia (FFI) adalah produsen produk-produk nutrisi berbasis susu untuk anak-anak di Indonesia dengan merek Frisian Flag, yang juga dikenal sebagai Susu Bendera. Frisian Flag telah menjadi bagian dari pertumbuhan keluarga Indonesia selama lebih dari 95 tahun. Selama itu pula, Frisian Flag selalu memberikan komitmennya untuk terus berkontribusi membantu anak-anak Indonesia meraih potensinya yang tertinggi,

melalui produk-produk bernutrisi tepat. (Frisianflag.com, 2017a)

Semua ini dimulai ketika susu dengan merek Friesche Vlag mulai diimpor dari Co-operative Condensfabriek Friesland, yang kini telah menjadi Royal FrieslandCampina, pada tahun 1922. FrieslandCampina merupakan kooperasi peternak sapi perah terbesar dunia yang berpusat di Belanda dan beranggotakan 18.645 peternak sapi perah di Belanda, Jerman, serta memiliki 23.675 karyawan di 100 perusahaan di seluruh dunia. Sebagai bagian dari Friesland Campina, Frisian Flag mengacu pada pengalaman global dan kemitraan jangka panjang dengan peternak sapi perah lokal, agar dapat menghadirkan nutrisi terbaik yang diperoleh dari susu.

visi

Untuk menjadi perusahaan susu nomor satu di Indonesia dan menyediakan produk bergizi bagi keluarga Indonesia

Misi

- a. Menyediakan produk bergizi yang terjangkau bagi keluarga Indonesia
- b. Mendukung peningkatan kualitas kehidupan peternak
- c. Berkontribusi pada kelangsungan kehidupan yang lebih baik bagi generasi masa depan (Frisianflag.com, 2017a)

PT Frisian Flag Indonesia (FFI) membuktikan komitmen jangka panjangnya dalam upaya meningkatkan kualitas dan kuantitas susu nasional dengan bekerja sama dengan peternak sapi melalui pemberdayaan peternakan sapi perah perah lokal Indonesia dengan Peluncuran Desa Susu (Dairy Village), peternakan sapi perah independen modern dan berkelanjutan pertama di Indonesia,

Frisian Flag Indonesia (FFI) meresmikan peternakan sapi perah modern di Ciater, Jawa Barat, yang diberi nama Desa Susu (Dairy Village). Peternakan yang mulai dibangun sejak akhir 2016 ini dibangun berdasarkan kerja sama antara FFI dan Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU) Lembang, yang lahananya disewakan oleh PTPN VIII.

Maurits Klavert, Presiden Direktur FFI, mengatakan, tujuan pembentukan dairy village ini untuk membantu peternak lokal meningkatkan produktivitas sapi dengan dibimbing oleh FFI. Desa perah ini juga merupakan bentuk peningkatan kemitraan strategis yang telah berlangsung selama lebih dari 20 tahun dengan peternak sapi perah di Lembang.

Beliau menyatakan, “*Sebagai bentuk dukungan terhadap perusahaan dan Pemerintah Indonesia dalam memenuhi swasembada susu pada 2025. Juga menjadi contoh konkret*

dari pilar ketiga proyek FDOV Perusahaan, ‘Sustainable Welfare’ didukung pemerintah Belanda,”

Ia menerangkan, di Dairy Village, peternak sapi perah KPSBU Lembang akan diajari praktik peternakan sapi perah yang baik secara intensif, yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi susu perah. FFI berharap keberadaan Dairy Village dapat membantu peternak sapi perah meningkatkan keterampilan manajerial mereka sehingga para peternak dapat menjadi pengusaha sukses dalam peternakan sapi perah. (Frisianflag.com, 2018)

Desa Susu ini memiliki kapasitas 100-130 ekor sapi, dan mengintegrasikan peternakan, rumah perah, tangka pendingin, dan fasilitas pengolahan kotoran sapi. Ada juga fasilitas pelatihan bagi masyarakat atau pihak yang ingin mempelajari pola produksi ala FFI di desa tersebut.

Disampaikan Ketua Koperasi Perternak dan Susu Bandung Utara (KSBU), Dedi Setiadi, didirikannya Desa Susu ini tak lepas dari target pemerintah untuk memenuhi swasembada susu pada 2025. Disampaikan Dedi, selama ini peternak lokal masih menggunakan teknik sederhana dalam mendorong produksi susu dari sapi yang diternaknya. Alhasil jumlah

produksi susu hanya mencapai rata-rata 12,5 liter sehari.

Lebih lanjut Dedy menyatakan, "Saya berharap ketika kita memiliki perternakan modern seperti ini (Dairy Village), produksi kita tidak hanya 10-12 liter, tapi bisa 15-20 liter sehingga bisa meningkatkan pendapatan peternak sapi Indonesia,"

Akhmad Sawaldi, DDP dan FDOP Project Manager FFI, menyatakan, "*Desa Susu seluas satu hektar ini, memiliki fasilitas berupa kandang sapi, rumah perah untuk 12 ekor sapi, tangki pendingin susu, traktor, truk, dan alat pemisah kotoran sapi. Menggunakan teknologi terkini, Desa Susu ini ditujukan sebagai bisnis peternakan.*"

Dalam peningkatan perekonomian peternak Susu Sapi, Akhmad menjelaskan "*Nantinya para peternak lokal bisa mendapatkan manfaat ganda dengan bekerja di Desa Susu ini, yakni mendapat gaji dan bagi hasil produksi susu dari sapi perah yang diternaknya di sini. Minimal mereka punya 8 sapi, nanti tiap tahun dievaluasi berapa keuntungannya dan dibagi sesuai dengan jumlah sapi mereka.*"

Meski demikian, Akhmad tak menampik bahwa pihaknya menetapkan aturan yang ketat bagi peternak lokal yang ingin bergabung di

Dairy Village ini. Pertama, peternak lokal harus memiliki pengalaman kurang dari lima tahun, berusia di bawah 35 tahun, dan memiliki sekurang-kurangnya 3-4 sapi.(Suara.com, 2018).

Mengenai Besarnya anggaran menurut Akhmad Sawaldi, DDP dan FDOP Project Manager FFI, mengatakan, "*pendirian Dairy Village ini menelan investasi senilai Rp16 miliar yang dipenuhi melalui kerja sama beberapa pihak. "Nilai investasi Rp16 miliar, yakni sebesar 40% di-support oleh pemerintah Belanda, dan sisanya oleh FFI dan Pemkab Lembang. Hasil susu seratus persen akan dibeli oleh FFI,*" (Swa.co.id, 2018)

Beliau menjelaskan, saat ini aktivitas peternakan sudah berjalan dan jumlah sapi saat ini sebanyak 50 ekor. Dairy Village juga menawarkan beberapa manfaat bagi anggota koperasi yang bergabung di Dairy Village. Dengan menjadi anggota, para peternak bisa mendapat pinjaman dari bank mitra untuk membeli sapi.

"Peternak selain mendapat gaji, anggota koperasi yang menempatkan sapi mereka di Dairy Village memiliki kesempatan untuk memiliki saham Dairy Village hingga 25%, syarat dan ketentuan berlaku. Dengan hadirnya Dairy Village diharapkan dapat menaik-

kan pendapatan peternak sebesar Rp. 400.000 /sapi/bulan dari Rp. 500.000/sapi/bulan menjadi Rp. 900.000/sapi/bulan setelah 5 tahun,”

Sementara itu, Triasih, Kepala Balai Inseminasi Buatan Lembang, Ditjen Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Peternakan, mengapresiasi program yang dipelopori FFI tersebut. Menurutnya, inisiatif ini dapat berkontribusi dalam solusi permasalahan persusuan. (Swa.co.id, 2018)



sumber : doc. Suara.com

Gambar 1 Persemean Diary milk



Sumber: Doc. PT Frisian Flag

Gambar 2 Peternakan Sapi Dairy Village

V. KESIMPULAN

Program Corporate social responsibility PT Frisia Flag Melalui konsep *Dairy village* ini merupakan upaya meningkatkan kualitas

dan produksi susu dalam negeri, yang pada akhirnya berkesinambungan dengan peningkatan perekonomian dan daya beli masyarakat serta kesejahteraan peternak sapi perah di lembang jawa barat.

PT Frisian Flag dalam program Corporat Social Responsibility melaksanakan Prinsip Triple Botton Line yaitu

1. Profit: peningkatan pendapatan peternak sapi hal ini di peroleh sdari peningkatan harga susu sapi dari Rp 4.000 menjadi Rp 5000-6.500 per kg. sehingga memberikan peningkatan pendapatan petani
2. People yaitu dengan pemberdayaan perkeonomian peternak sapi, dengan memberikan inovasi yang akan mendorong peternak sapi perah untuk melaksanan praktek perternakan sapi yang baik dalam bisnis susu yang dimilikinya
3. Planet: dengan menjaga dan merawat lingkungan perternakan sapi untuk selalu bersih dan melalui pelatihan yang di berikan oleh PT Frisian Flag kepada peternak dalam mengelola kandang sapi yang bersih dan lingkungan yang sehat.

Program CSR dalam konsep Diary Village berupa:

- a. Memfasilitasi, dengan memberikan anggran kepada Peternak Sapi melalui pembangunan Diary Village
- b. Kemitraan, PT Frisian Flag dalam melaksanakan program csr melalui berkerja sama Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU) Lembang, peternak, pemerintah Belanda, serta PTPN VIII selaku penyedia lahan seluas satu hektar.
- c. Kesehatan dan pendidikan dengan memberikan Pelatihan kepada peternak Sapi susu mengenai pengetahuan kebersihan dan kesehatan peternak Susu Pernah dan kebersihan dalam upaya peningkaatan kualitas dan kualitas produksi susu

Dengan demikian melalui program Corporate Social Responsibility PT Frisian Flag melalui pemberdayaan peternak sapi dengan konsep Dairy village Lembang Jawab Barat, memberikan pencapaian yang maksimal, selain memberikan peningkatan perekonomian perternak sapi tetapi juga meningkatkan kualitas dan kuantitas susu sapi saat ini terus berkembang, sehingga nantinya bisa memenuhi kebutuhan susu dalam negeri 100 persen.

DAFTAR PUSTAKA

Agribiznetwork.com. 2020. tiga pengganjal produksi susu sapi Indonesia. Retrieved

June 25, 2020, from
<https://agribiznetwork.com/tiga-pengganjal-produksi-susu-sapi-indonesia/>

Data.jabarprov.go.id. 2019. produksi susu sapi di jawa barat. Retrieved June 25, 2020, from
<https://data.jabarprov.go.id/infographic/produksi-susu-sapi-di-jawa-barat>

Databoks.katadata.co.id. (2019). produksi-susu-segar-nasional-turun-jadi-906-ribu-ton-pada-2018. Retrieved June 25, 2020, from
<https://databoks.katadata.co.id/datapublic/2019/08/16/produksi-susu-segar-nasional-turun-jadi-906-ribu-ton-pada-2018>

ditjenpkh.pertanian.go.id. 2013. regulasi. Retrieved June 25, 2020, from
<https://ditjenpkh.pertanian.go.id/userfiles/regulasi/6a8cb84077d733d0a9caf26c78e61b87.pdf>

Djaelani, A. R. 2013. Teknik Penggumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatatif, XX.

Frisianflag.com. 2017a. perusahaan-kami. Retrieved June 25, 2020, from
<https://www.frisianflag.com/perusahaan-kami/tentang-kami>

Frisianflag.com. 2017b. tujuan kami. Retrieved June 25, 2020, from
<https://www.frisianflag.com/tujuan-kami>

Frisianflag.com. 2018. frisian flag Indonesia-meluncurkan dairy village independen pertama di Indonesia. Retrieved June 25, 2020, from

- <https://www.frisianflag.com/perusahaan-kami/berita/frisian-flag-indonesia-meluncurkan-dairy-village-independen-pertama-di-indonesia>
- Iriantara Yosal. 2007. *Community Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya,. Retrieved from <https://studylibid.com/doc/623968/program-corporate-social-responsibility-pt-sharp-electronics>
- Kartasasmitha, Gi. 1996. *Pembangunan Untuk Rakyat: Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*,. jakarta: PT Pusaka Cisendo,1996. Retrieved from <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/7928/5/BAB II.pdf>
- Kriyantono, R. 2006. *Kriyantono, Rachmat, 2006, Teknik Riset Komunikasi PT. Raja Grafindo Persada Jakarta*. jakarta.
- Lubis, A. 2017. *Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pada Pt. Perkebunan Nusantara Iv-Sosa Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Retrieved from <http://repository.uinsu.ac.id/1890/1/TESI S AMINAH.pdf>
- Moleong, Lexy, J. 2002. *Moleong, Lexy, J, c Metode Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosda Karya, Bandung. Bandung: Remaja Rosda Karya,.
- Ningrum, A. O. C. 2015. Ningrum, Aminah Oktavia Cahaya, 2015) Analisis Pengamen Jalanan Di Kota Surakarta (Studi kasus Pengamen Jalanan di Kota surakarta). Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Analisis Pengamen Jalanan Di Kota Surakarta (Studi Kasus Pengamen Jalanan Di Kota Surakarta)*.
- Pawito. 2008. *Pawito, 2008, Penelitian Komunikasi Kualitatif, LKIS, pelangi, Aksara, Yogyakarta*. Yogyakarta: LKIS, pelangi, Aksara,.
- redaksi doktersehat.com. 2018. manfaat-dan-kandungan-susu-sapi-bagi-kesehatan. Retrieved June 25, 2020, from <https://doktersehat.com/manfaat-dan-kandungan-susu-sapi-bagi-kesehatan/>
- Ruslan, R. 2011. *Ruslan, Rosady, 2011, Metodologi Penelitian Public Relations dan Komunikasi cetakan ke 5 rajawali pers Jakarta (cetakan ke)*. jakarta: rajawali pers Jakarta.
- Suara.com. (208AD). di desa susu peternak sapi-belajar teknik modern produksi susu. Retrieved June 25, 2020, from <https://www.suara.com/lifestyle/2018/12/11/191340/di-desa-susu-peternak-sapi-belajar-teknik-modern-produksi-susu>
- Swaco.id. 2018. frisian flag dirikan dairy village senilai rp16 miliar. Retrieved June 25, 2020, from <https://swa.co.id/swa/csr-corner/frisian-flag-dirikan-dairy-village-senilai-rp16-miliar>
- Wibisono, Y. 2007. *Wibisono, yusuf, 2007, Membedah Konsep & Aplikasi CSR, Fasco Publishing, Gresik*. Gresik: Fasco Publishing,.
- Zainal, Andri, D. 2018. Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Pt.

YAYASAN AKRAB PEKANBARU

Jurnal AKRAB JUARA

Volume 5 Nomor 4 Edisi November 2020 (158-174)

Pertamina (Persero) Marketing Operation
Region (Mor) I. *Unimed.Ac.Id/*, 24.

Zubaedi. 2007. *Wacana Pembangun
Alternatif: Ragam Prespektif*

*Pembangunan dan Pemberdayaan
Masyarakat.*, jakarta: Ar Ruzz Media.
Retrieved from <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/7928/5/BAB II.pdf>.