

## INTERAKSI SOSIAL PERUSAHAAN PABRIK KELAPA SAWIT DENGAN MASYARAKAT

*(Corporate Social Interaction With The Community Plant Oil Palm)*

**Herianja<sup>1</sup>, Azhar<sup>1</sup>, Agussabti<sup>1\*</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Syiah Kuala

**Abstrak** - Interaksi sosial merupakan syarat utama bagi terjadinya aktifitas sosial dan hadirnya kenyataan sosial. Berdirinya perusahaan di suatu daerah tertentu akan berpengaruh secara makro terhadap kondisi perekonomian nasional serta memiliki dampak terhadap kondisi sosial masyarakat di sekitar perusahaan-perusahaan itu didirikan. Keberadaan pabrik pengolahan kelapa sawit di Kecamatan Gandapura sejauh ini memberikan pengaruh dalam aspek ekonomi maupun sosial terhadap masyarakat yang berada di sekitar pabrik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola asosiatif lebih dominan terjadi dimana sudah baiknya kerjasama antara perusahaan dengan masyarakat daripada pola disosiatif dan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap interaksi sosial perusahaan dengan masyarakat adalah faktor imitasi, faktor sugesti dan faktor simpati.

**Kata kunci** : Masyarakat, Interaksi Sosial, Pola interaksi dan faktor interaksi.

**Abstract** - Social interaction is the main thing for the occurrence of social activity and the presence of social reality. The establishment of companies in some area will affect the national economy in macro also its having an impact on social conditions of communities around the company. The exintance of palm oil factory in Gandapura is gave the economy and social influence of the people who live nearby the factory. The results showed that the associative is more dominant because of the cooperation between companies and communities are better than the dissociative pattern, and the factors that influence the social interaction of companies with the communities are the imitation factor, factor of suggestion and the sympathy factor.

**Keywords:** Community, Social interaction, patterns of interaction and factor of interactions.

## PENDAHULUAN

Interaksi sosial merupakan syarat utama bagi terjadinya aktifitas sosial dan hadirnya kenyataan sosial, kenyataan sosial didasarkan pada motivasi individu dan tindakan-tindakan sosialnya. Ketika berinteraksi seorang individu atau

kelompok sosial sebenarnya tengah berusaha atau belajar bagaimana memahami tindakan sosial seorang individu atau kelompok sosial lain. Interaksi sosial akan berjalan dengan tertib dan teratur dan anggota masyarakat bisa berfungsi secara normal, yang diperlukan bukan hanya kemampuan untuk bertindak sesuai dengan konteks sosialnya, tetapi juga memerlukan kemampuan untuk menilai secara objektif perilaku individunya dipandang dari sudut sosial masyarakatnya (Narwoko, 2004).

Prilaku individu yang menimbulkan reaksi sosial merupakan bentuk naluri manusia yang telah ada sejak lahir dan membutuhkan pergaulan dengan sesamanya (*gregariousness*). Naluri ini merupakan salah satu kebutuhan dasar bagi manusia untuk memenuhi semua kebutuhan hidupnya. Interaksi sosial dapat terjadi karena adanya beberapa unsur yang mendukung. Unsur-unsur daripada proses terjadinya interaksi sosial manusia didasari rasa kebutuhan untuk memenuhi kepentingan dan kelangsungan hidup. Proses ini akan berlangsung ketika adanya kontak sosial yang dibangun dengan orang lain baik secara individu dengan individu maupun kelompok dengan kelompok lainnya dalam masyarakat tertentu.

Berdirinya perusahaan-perusahaan di suatu daerah tertentu akan berpengaruh secara makro terhadap kondisi perekonomian nasional serta memiliki dampak terhadap kondisi sosial masyarakat di sekitar perusahaan-perusahaan itu didirikan. Perusahaan dan masyarakat yang bermukim di sekitarnya merupakan dua komponen yang saling mempengaruhi. Aktivitas produksi yang dilakukan oleh perusahaan memiliki dampak terhadap masyarakat di sekitarnya, baik positif maupun negatif. Begitupun sebaliknya, pandangan atau tindakan masyarakat sekitar perusahaan dapat mempengaruhi keberlanjutan keberadaan sebuah perusahaan di wilayah tertentu. Interaksi di antara keduanya merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindarkan karena mereka berada dalam lingkungan yang sama.

PT. Syaikat Sejahtera merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan kelapa sawit. Perusahaan yang bernaung di bawah PT. Kande Group ini mulai beroperasi pada akhir tahun 2011. Lokasi pabrik CPO ini berbatasan dengan desa Cot Jabet dan Keudee Lapang Kecamatan Gandapura, sedangkan desa binaan meliputi 4 desa diantaranya adalah Desa Cot Jabet, Lapang Timu, Keudee Lapang dan Ceubo. Keberadaan pabrik pengolahan kelapa sawit di Kecamatan Gandapura, sejauh ini memberikan pengaruh dalam aspek ekonomi maupun sosial terhadap masyarakat yang berada di sekitar pabrik.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif untuk mengetahui informasi melalui wawancara dengan para responden dan informan serta menggunakan metode kuantitatif untuk memperoleh data dalam bentuk tabel. Selain itu, diperlukan data sekunder yang diperoleh dari perpustakaan, media massa, literatur, dan instansi-instansi terkait yang berhubungan dengan penelitian.

### Metode Analisis

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian deskriptif karena penelitian ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis dan akurat tentang fakta-fakta dan

sifat-sifat populasi. Pada penelitian ini akan digunakan dua tipe skala pengukuran sikap yaitu :

Skala guttman

Skala guttman digunakan untuk mendapatkan jawaban yang tegas dari responden yaitu Iya dan Tidak, dengan penentuan skor sebagai berikut :

- a. Iya, diberi skor 1
- b. Tidak, diberi skor 0

Skala likert.

Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam angket dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Sewaktu menanggapi pertanyaan dalam skala likert, responden menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. Penentuan skor yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Baik, diberi skor 3
- b. Kurang, diberi skor 2
- c. Tidak baik, diberi skor 1.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Pola Interaksi Sosial**

#### **Pola Interaksi Asosiatif**

Pola interaksi asosiatif adalah Interaksi sosial yang mengarah kepada bentuk - bentuk asosiasi seperti yang dapat dijelaskan di bawah ini.

Kerja Sama (*Cooperation*) merupakan bentuk interaksi sosial yang pokok, sedangkan ada beberapa sosiolog lain menganggap bahwa kerja sama merupakan proses utama. Kerja sama di sini dimaksudkan sebagai suatu usaha bersama antara orang perorangan atau kelompok manusia untuk mencapai satu atau beberapa tujuan bersama.

Menurut Gillin dan Gillin, akomodasi adalah suatu pengertian yang digunakan oleh para sosiolog untuk menggambarkan suatu proses dalam hubungan sosial yang sama artinya dengan pengertian adaptasi yang digunakan oleh para ahli biologi untuk menunjuk pada suatu proses dimana makhluk-makhluk hidup menyesuaikan diri dengan alam sekitar. Dengan pengertian tersebut, akomodasi dimaksudkan sebagai suatu proses di mana perorangan atau kelompok manusia yang mula saling bertentangan saling menyesuaikan diri untuk mengatasi ketegangan.

Data yang diperoleh berdasarkan hasil kuisioner terhadap 40 responden untuk mengetahui bagaimana pola interaksi asosiatif antara masyarakat dengan perusahaan di sajikan dalam Tabel 1.

Dari tabel 1 di atas, dapat diketahui sebanyak 21 orang responden menyatakan bahwa pola interaksi asosiatif (kerja sama dan akomodasi) berada dalam kategori tinggi atau berjalan dengan baik, 16 orang responden berada pada kategori sedang dan 3 orang responden menyatakan bahwa kerja sama serta akomodasi anatara perusahaan dan masyarakat berada pada kategori rendah. Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa penyerapan tenaga kerja lokal yang dilakukan oleh PT. Syaukat Sejahtera sudah berada dalam kategori baik.

Penyerapan tenaga kerja lokal merupakan hal yang perlu dilakukan oleh suatu perusahaan yang baru berdiri di tengah – tengah masyarakat. Selain itu, penyerapan tenaga kerja lokal sedikit banyaknya juga dapat mengurangi masalah pengangguran yang terjadi di desa yang berada di sekitar perusahaan. Hal ini merupakan salah satu bentuk kerjasama (pola interaksi asosiatif) antara perusahaan dengan masyarakat maupun sebaliknya.

Tabel 1. Persentase Jawaban Responden terhadap Pola Interaksi Asosiatif

No	Pola Interaksi Asosiatif		
	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Rendah	3	7.5
2	Sedang	16	40
3	Tinggi	21	52.5
Total		40	100.0

Sumber : Data Primer (diolah), 2016.

### Pola Interaksi Disosiatif

Persaingan atau *competition* dapat diartikan sebagai suatu proses sosial dimana individu atau kelompok manusia yang bersaing mencari keuntungan melalui bidang-bidang kehidupan yang pada suatu masa tertentu menjadi pusat perhatian umum (baik perseorangan maupun kelompok manusia) dengan cara menarik perhatian publik atau dengan mempertajam prasangka yang telah ada tanpa mempergunakan ancaman atau kekerasan.

Pertentangan atau pertikaian adalah suatu proses sosial dimana individu atau kelompok berusaha memenuhi tujuannya dengan jalan menentang pihak lawan dengan ancaman atau kekerasan. Pertentangan yang umum terjadi lokasi penelitian adalah pertentangan rasial, dimana masyarakat bertentangan dengan perusahaan namun masing-masing pihak menyadari adanya perbedaan atau pertentangan diantara mereka. Perbedaan yang sering terjadi adalah adanya perbedaan perilaku sosial antara masyarakat dengan pihak perusahaan, perbedaan norma-norma yang ada, sehingga perbedaan ini menjadi sebuah pertentangan diantara keduanya.

Data yang diperoleh berdasarkan hasil kuisisioner terhadap 40 responden untuk mengetahui bagaimana pola interaksi disosiatif antara masyarakat dengan perusahaan di sajikan pada Tabel 2.

Hasil penelitian mengenai pola disosiatif adalah 8 orang responden berada dalam kategori tinggi, dan 32 orang responden mengatakan bahwa pertentangan dan persaingan antara masyarakat dengan perusahaan berada dalam kategori rendah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dilokasi penelitian tidak mempunyai masalah yang berarti dengan perusahaan.

Dari data yang didapatkan dan hasil wawancara dengan beberapa responden, dapat kita simpulkan bahwa pola disosiatif hanya sedikit terjadi dalam interaksi

masyarakat dengan perusahaan, hal ini dikarenakan tidak terjadinya suatu permasalahan yang berarti antara masyarakat dengan perusahaan maupun sebaliknya. Bahkan perusahaan dan masyarakat bekerja sama dalam memanfaatkan limbah sebagai pupuk dan dengan berdirinya perusahaan dapat meningkatkan harga lahan warga yang berada di sekitar perusahaan.

Tabel 2. Persentase jawaban Responden terhadap Pola Interaksi Disosiatif

No	Pola Disosiatif ( Persaingan dan Pertentangan)		
	Kategori	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Rendah	32	80
2.	Tinggi	8	20
Jumlah		40	100

Sumber : Data Primer (diolah), 2016.

### Faktor-Faktor yang mempengaruhi Interaksi Sosial

Interaksi merupakan hubungan timbal balik antara individu dengan individu maupun individu dengan kelompok. Berlangsungnya suatu proses interaksi didasarkan oleh berbagai faktor antara lain faktor imitasi, sugesti, identifikasi dan simpati (Soerjono, 2013). Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan faktor imitasi, sugesti dan simpati untuk melihat bagaimana pengaruh faktor – faktor tersebut dalam interaksi masyarakat dengan perusahaan.

### Faktor Imitasi

Imitasi adalah suatu tindakan yang menirukan tindakan, nilai, norma, atau ilmu pengetahuan orang atau kelompok yang berinteraksi. Faktor imitasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam proses interaksi sosial yang dapat mendorong seseorang untuk memenuhi kaidah dan nilai yang berlaku. Di dalam penelitian ini, peneliti lebih menggunakan faktor imitasi sebagai indikator untuk melihat bagaimana kaidah – kaidah dan nilai – nilai atau aturan yang berlaku antara perusahaan dan masyarakat.

Data yang diperoleh berdasarkan hasil kuisisioner terhadap 40 responden untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor imitasi terhadap interaksi masyarakat dengan perusahaan yang disajikan pada Tabel 3.

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat diketahui dari 40 responden, sebanyak 18 responden (45%) mengatakan bahwa faktor imitasi yang berpengaruh dalam interaksi antara masyarakat dengan perusahaan berada dalam kategori tinggi dan kategori rendah sebanyak 22 responden (55%), dapat disimpulkan bahwa faktor imitasi mempunyai pengaruh dalam interaksi antara perusahaan dengan masyarakat, walaupun hanya 18 responden (45%) berada dalam kategori tinggi, dan selebihnya berada dalam kategori kurang.

Tabel 3. Persentase jawaban Responden terhadap Faktor Imitasi

No	Faktor imitasi		
	Kategori	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Rendah	22	55
2.	Tinggi	18	45
Jumlah		40	100

Sumber: Data Primer (diolah), 2016.

### Faktor sugesti

Sugesti adalah suatu proses dimana seseorang individu menerima suatu cara penglihatan, atau pedoman-pedoman tingkah laku dari orang lain tanpa kritik terlebih dahulu. Faktor sugesti dapat berlangsung apabila seseorang yang memberikan adalah orang yang berwibawa atau mungkin bagian terbesar dari kelompok yang bersangkutan.

Data yang diperoleh berdasarkan hasil kuisioner terhadap 40 responden untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor sugesti terhadap interaksi masyarakat dengan perusahaan yang disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. Persentase jawaban Responden terhadap Faktor Sugesti

No	Faktor sugesti		
	Kategori	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Rendah	11	27.5
2.	Tinggi	29	72.5
Jumlah		40	100

Sumber: Data Primer (diolah), 2016.

Berdasarkan tabel 14 di atas dapat diketahui dari 40 responden, sebanyak 29 responden (72.5%) mengatakan bahwa faktor sugesti yang berpengaruh dalam interaksi antara masyarakat dengan perusahaan berada dalam kategori tinggi dan kategori rendah sebanyak 11 responden (27.5%). Faktor sugesti dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana pengaruh orang/pihak lain yang berada di sekitar responden dalam kehidupan mereka sehari – hari yang berpengaruh terhadap interaksi responden tersebut dengan perusahaan. Dari data yang didapatkan dapat kita simpulkan bahwa faktor sugesti sangat berpengaruh dalam interaksi masyarakat dengan perusahaan.

### Faktor simpati

Proses simpati merupakan suatu proses dimana seseorang merasa tertarik pada orang lain. Di dalam proses ini perasaan memegang peranan yang sangat penting, walaupun dorongan utama pada simpati adalah keinginan untuk memahami pihak lain dan untuk bekerja sama dengannya. Data yang diperoleh berdasarkan hasil kuisioner terhadap 40 responden untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor simpati terhadap interaksi masyarakat dengan perusahaan yang disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 5. Persentase jawaban Responden terhadap Faktor Simpati

No	Faktor simpati		
	Kategori	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Rendah	11	27.5
2.	Tinggi	29	72.5
Jumlah		40	100

Sumber: Data Primer (diolah), 2016.

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat diketahui bahwa, responden yang mengatakan bahwa interaksi yang terjadi antara masyarakat dengan perusahaan berdasarkan atas tujuan pribadi masing-masing individu berjalan dengan baik yaitu sebanyak 29 responden (72.5%), dan 11 (27.5%) orang responden mengatakan bahwa interaksi yang terjadi berada dalam kategori kurang.

Faktor simpati yang ingin diketahui dalam penelitian ini adalah bagaimana bentuk simpati perusahaan pabrik kelapa sawit yang telah berdiri selama kurang lebih 5 tahun terhadap desa binaan yang berada di sekitar perusahaan maupun bentuk simpati perusahaan terhadap masyarakat yang kurang mampu di 2 (dua) desa penelitian ini.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Pola asosiatif lebih dominan terjadi daripada pola disosiatif, hal ini dikarenakan sudah baiknya kerja sama maupun bantuan yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat. Sedangkan pola disosiatif hanya sedikit terjadi dalam interaksi masyarakat dengan perusahaan, hal ini dikarenakan tidak terjadinya suatu permasalahan atau konflik yang berarti antara masyarakat dengan perusahaan maupun sebaliknya. Faktor yang paling berpengaruh terhadap interaksi yaitu faktor sugesti dan faktor simpati, dimana sebanyak 29 orang responden berada dalam kategori tinggi dari total 40 orang responden, sedangkan pengaruh interaksi dalam faktor imitasi hanya 18 responden yang berada dalam kategori tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diharapkan kepada perusahaan supaya dapat meningkatkan tanggung jawab sosial (CSR) kepada desa binaan agar adanya interaksi yang lebih intensif antara masyarakat dengan perusahaan. Kepada pihak perusahaan di harapkan adanya upaya lebih lanjut mengenai pengurangan bau yang di hasilkan oleh limbah pabrik. Kepada masyarakat desa Cot Jabet dan Keude Lapang yang berada di sekitar PKS dan pihak PT. Syaukat

Sejahtera agar terus dapat mempertahankan hubungan yang baik, sehingga selalu tercipta kondisi yang kondusif di daerah tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Gillin, John. Lewis dan John Phillip Gillin. *Cultural Sociology*. New York : The Macmillan Company, 1954.
- Narwoko, Nasrullah. 2008. *Teori-teori Sosiologi*. Cetakan I. Jakarta : Widya Padjajaran.
- Soekanto, Soerjono. 2013. *Sosiologi Suatu Pengantar*. (Edisi Revisi) Jakarta : Rajawali Pers.