

JURNAL

IKOM USNI

Universitas Satya Negara Indonesia



Volume IV/IKOM/IX/2016

INTERPRETASI PEMBACA DALAM PEMBERITAAN KORAN TEMPO TENTANG KASUS POLISI
BUNUH DIRI
- Agus Budiana

PERAN MEDIA ONLINE DALAM PROGRAM KAMPANYE #SuaraTanpaRokok
- Asriyani Sagiyanto

PENDEKATAN KOMUNIKASI ANTARPRIBADI *CUSTOMER SERVICE* DALAM MEMBERIKAN PELAYANAN
KEPADA PELANGGAN
- Bertha Komala Sinambela dan Arta Dian Priyana

IDENTITAS BUDAYA MELALUI INTERAKSI BAYI DALAM FILM DOKUMENTER "BABIES"
- Christina Arsi Lestari

PROGRAM *WORKING GROUP* HUMAS PAM JAYA DALAM MEMBINA HUBUNGAN BAIK DENGAN
MITRA PERUSAHAAN DAN PELANGGAN
- Helen Olivia dan Thia Ulfah

PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM MENINGKATKAN KEBERDAYAAN
MASYARAKAT BALONGAN
- Ilona V. Oisina Situmeang

STRUKTUR DAN FUNGSI NARASI PEMBERITAAN PENYERBUAN KELOMPOK TERORISME PADA
MEDIA MASSA CETAK
- Radita Gora

PENGARUH PROGRAM BERITA REPORTASE INVESTIGASI DI TRANS TV TERHADAP TINGKAT
KECEMASAN ORANG TUA
- Sandra Olifia dan Ira Dharma Safitri

STRATEGI KOMUNIKASI *OUTLET PARTNER* BINUS CENTER MENGENAI PERUBAHAN SISTEM KERJASAMA
- Solten Rajagukguk dan Agam Syah Putra

Diterbitkan Oleh:
Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP USNI Jakarta

IKOM USNI

Jurnal IKOM USNI Universitas Satya Negara Indonesia merupakan jurnal ilmiah yang menyajikan artikel asli dari apa yang diteliti oleh penulis. Jurnal ini berisikan tentang pengetahuan dan informasi penelitian atau aplikasi penelitian dan pengembangan terkini yang berhubungan dengan bidang yang ada di Universitas Satya Negara Indonesia khususnya kajian ilmu komunikasi.

Penanggungjawab	Dr. Sri Desti Purwatinginsih (USNI)
Ketua Dewan Redaksi	Sandra Olifia,. M.Si (USNI)
Anggota Dewan Redaksi	1. Drs. Solten Rajagukguk,, MM (USNI) 2. Agus Budiana,. M.IKom (USNI) 3. Helen Olivia,. M.IKom (USNI) 4. Risqi Inayah Dwijayanti,. M.IKom (USNI) 5. Indah Kurniawati,. M.Si (USNI)
Mitra Bestari	1. Dr. Sumardi Dahlan, M.Si (UPI-YAI) 2. Dr. Aminsar Manihuruk, M.Si (MOESTOPO)
Penyunting	1. Achmad Budiman Sudarsono,. M.Ikom (USNI) 2. Bertha K. Sinambela. M.Si (USNI)
Pelaksana	1. Ellen Simanjuntak, ST (USNI) 2. Sri Nurfaina (USNI)

Jurnal IKOM USNI
Sekretariat Program Ilmu Komunikasi
Universitas Satya Negara Indonesia
Jalan Arteri Pondok Indah No. 11
Kebayoran Lama Utara, Jakarta Selatan
Telepon (62-21) 7398393



Interpretasi Pembaca Dalam Pemberitaan Koran Tempo Tentang Kasus Polisi Bunuh Diri - Agus Budiana (USNI)	1-15
Peran Media Online Dalam Program Kampanye #SuaraTanpaRokok - Asriyani Sagiyanto (AKOM-BSI)	16 - 33
Pendekatan Komunikasi Antarpribadi <i>Customer Service</i> Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Palanggan - Bertha Komala Sinambela dan Arta Dian Priyana (USNI)	34 - 56
Identitas Budaya Melalui Interaksi Bayi Dalam Film Dokumenter "Babies" - Christina Arsi Lestari (UMB)	57 - 81
Program <i>Working Group</i> Humas PAM Jaya Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Mitra Perusahaan Dan Pelanggan - Helen Olivia dan Thia Ulfah (USNI)	82 - 105
Program <i>Corporate Social Responsibility</i> Dalam Meningkatkan Keberdayaan Masyarakat Balongan - Ilona V. Oisina Situmeang (UPI-YAI)	106 – 126
Struktur Dan Fungsi Narasi Pemberitaan Penyerbuan Kelompok Terorisme Pada Media Massa Cetak - Radita Gora (USNI)	127-170
Pengaruh Program Berita Reportase Investigasi Di Trans TV Terhadap Tingkat Kecemasan Orang Tua - Sandra Olifia dan Ira Dharma Safitri (USNI)	171 - 184
Strategi Komunikasi <i>Outlet Partner</i> Binus Center Mengenai Perubahan Sistem Kerjasama - Solten Rajaguguk dan Agam Syah Putra (USNI)	185 - 209

**PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
DALAM MENINGKATKAN KEBERDAYAAN
MASYARAKAT BALONGAN
(Kasus PT Pertamina Refinery Unit VI Balongan)**

Ilona V. Oisina Situmeang

PASCASARJANA UPI-YAI

Jl. Diponegoro No. 74 Jakarta Pusat

ABSTRAK

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu kegiatan eksternal Hubungan Pemerintah dan Masyarakat (Hupmas) PT Pertamina *Refinery* Unit VI Balongan untuk masyarakat. Melalui program CSR ini diharapkan dapat menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat. Program CSR merupakan konsep yang terus berkembang, memberikan panduan sebuah organisasi berinteraksi dengan masyarakat dan lingkungan sosialnya. Tujuan penelitian adalah: “Mendeskripsikan program CSR dalam meningkatkan keberdayaan masyarakat” Penelitian ini mengkombinasikan penelitian menerangkan (*explanatory research*) dengan penelitian deskriptif (*descriptive research*). Teknik pengumpulan data primer dengan wawancara, observasi, dokumentasi. Data sekunder diperoleh dari *company profile*, buku literatur. Obyek penelitian ini adalah pelaksanaan program CSR dalam meningkatkan keberdayaan masyarakat, penelitian dilakukan dengan mengambil lokasi di Balongan, Kabupaten Indramayu mengingat di wilayah tersebut PT Pertamina *Refinery* Unit VI beroperasi.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), Pemberdayaan, Masyarakat

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) is one of the external activities of Government and Community Relations (Hupmas) PT Pertamina Refinery Unit VI Balongan to society. Through CSR program is expected to establish good relations between the company and the community. The CSR program is a concept that continues to grow, providing a guide to interact with community organizations and social environment. The research objective is: "Describe the CSR program in improving community empowerment" This study combines research explain (explanatory research) with descriptive (descriptive research). Primary data collection techniques with interviews, observation, documentation. Secondary data were obtained from the company profile, literature books. Object of this research is the implementation of CSR programs in improving community empowerment, research carried out by taking locations in Balongan, Indramayu regency in the region considering PT Pertamina Refinery Unit VI operates.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Empowerment, Community

I. PENDAHULUAN

Kehadiran perusahaan dalam suatu wilayah merupakan salah satu bukti bahwa wilayah tersebut memiliki potensi yang baik secara ekonomi, sosial budaya, sumberdaya alam dan sumberdaya lainnya, sehingga diharapkan dapat menimbulkan efek positif bagi masyarakat sekitar. Disayangkan, jika kehadiran sebuah perusahaan justru menghilangkan potensi sesungguhnya dan membangun jurang pemisah antara masyarakat dengan perusahaan. Untuk menghilangkan jurang pemisah antara perusahaan dengan masyarakat perlu dilakukan komunikasi yang efektif, sehingga terjalin komunikasi dan interaksi langsung antara perusahaan dengan masyarakat, sehingga dapat hidup secara berdampingan dan saling menguntungkan. Berangkat dari pemikiran tersebut, perusahaan berlomba-lomba untuk hadir di tengah-tengah masyarakat melalui berbagai kegiatan sosial: mulai dari pemberian beasiswa pendidikan, ketertiban umum, peningkatan ekonomi, pelayanan kesehatan kepada ibu dan anak, pendampingan untuk

menyelesaikan masalah lingkungan hidup serta pengembangan dan pemberdayaan masyarakat.

Untuk menghindari kesenjangan sosial antara perusahaan dan masyarakat dapat dilakukan dengan suatu kepedulian perusahaan dalam bentuk program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Melalui program CSR ini diharapkan dapat mempererat hubungan antara perusahaan dengan masyarakat. Program CSR merupakan konsep yang terus berkembang, memberikan panduan bagaimana sebuah organisasi berinteraksi dengan masyarakat dan lingkungan sosialnya. Secara umum, menurut Carr *et al.*, (2004) tanggungjawab sosial dipahami sebagai cara organisasi dalam mengintegrasikan kepentingan sosial, lingkungan hidup dan ekonomi dalam nilai-nilai budaya, pengambilan keputusan, strategi dan operasi organisasi dengan cara yang transparan dan dapat dipertanggungjawabkan.

Implementasi berbagai aspek tersebut akan dapat meningkatkan kehidupan sosial masyarakat. Contoh

dari program CSR yang dapat dilakukan organisasi di antaranya derma (*charity*), filantropi (*philanthropy*), kerja sukarela (*volunteer work*), dan pengurangan dampak lingkungan (*the reduction of environmental impact*).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Thamrin, *et al* (2010), mengatakan bahwa praktik CSR yang selama ini dilakukan oleh beberapa perusahaan di Indonesia belum menunjukkan hasil yang signifikan khususnya bila dikaitkan dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat Pola *Community Development* (CD) merupakan bentuk tanggungjawab sosial yang saat ini banyak dipraktikkan oleh perusahaan besar. Masalahnya, apakah makna yang terkandung dalam CD sudah diimplementasikan secara benar. Dalam Implementasi CD benar-benar dapat terlaksana diasumsikan bila tanggungjawab sosial perusahaan diimplementasikan melalui model alternatif implementasi CSR yang berbasis pada pemanfaatan modal sosial, maka CSR akan lebih bermakna bagi pemberdayaan masyarakat, baik

ekonomi, sosial dan budaya secara berkelanjutan.

Menurut Widiyanarti (2005), pendekatan CSR hendaknya dilakukan secara *holistic*, artinya, pendekatan yang dilakukan oleh perusahaan tidak dalam kegiatan bisnis semata, melainkan juga bergerak dari yang sifatnya derma (*charity*) menuju ke arah tanggungjawab sosial yang lebih menekankan pada keberlanjutan pengembangan masyarakat (*community development*). Intinya, bagaimana melalui program CSR, masyarakat menjadi berdaya, baik secara ekonomi, sosial budaya, lingkungan hidup secara berkelanjutan (*sustainability*) sehingga perusahaan juga dapat terus berkembang dengan dukungan masyarakat sekitar. Dalam konteks ini, tanggungjawab sosial lebih dimaknai sebagai investasi jangka panjang bagi perusahaan yang melakukannya.

Penerapan program CSR di Indonesia pada umumnya berbeda-beda, tergantung kepada kebijakan, visi dan misi serta budaya di masing-masing perusahaan bersangkutan. Guna berhasilnya pelaksanaan kegiatan tersebut perlu suatu

kesinergian antara perusahaan, pemerintah dan masyarakat, sehingga kehadiran sebuah perusahaan menjadi perekat dan memiliki nilai positif untuk menciptakan keberdayaan masyarakat. Program CSR merupakan salah satu kegiatan Hubungan pemerintah dan masyarakat (Hupmas) Pertamina yang wajib dilakukan secara rutin dan berkesinambungan untuk kepentingan publik eksternal perusahaan, Selain itu program CSR mampu untuk mendukung perusahaan meminimalkan dampak negatif yang ditimbulkan akibat kegiatan operasinya serta memaksimalkan dampak positifnya kepada masyarakat.

PT Pertamina sebagai entitas bisnis di bidang energi dan sumberdaya mineral merupakan salah satu perusahaan terkemuka di Indonesia yang senantiasa memperhatikan nilai-nilai *Good Corporate Governance* (GCG) termasuk tanggungjawab terhadap lingkungan, baik fisik maupun sosial dalam setiap pengembangan usahanya. PT Pertamina mempunyai kewajiban untuk melakukan program CSR terhadap masyarakat, sehingga

keberadaan perusahaan di tengah masyarakat diharapkan mempunyai nilai tambah bagi kehidupan masyarakat sehingga masyarakat dapat merasakan manfaat dari kehadiran perusahaan di lingkungan mereka.

Namun pada praktiknya keberadaan sebuah perusahaan tidak selalu memberikan dampak positif bagi publik sekitarnya. Di sini keberadaan *Public Relations* (PR) perusahaan diperlukan, selain menjalankan kegiatan yang berhubungan dengan publik internal, PR juga menjalankan kegiatan yang berhubungan dengan publik eksternal salah satu caranya melalui program CSR. Program CSR diharapkan memberikan manfaat positif bagi masyarakat di sekitarnya. PR dituntut menjadi agen komunikasi yang mampu menghubungkan setiap publik yang berkepentingan dengan organisasi perusahaan sehingga mencapai tujuan yang berlandaskan pada saling pengertian dan pemahaman.

Penerapan program CSR PT Pertamina merupakan refleksi nilai

dan budaya perusahaan yang terintegrasi dengan strategi bisnis perusahaan masa kini dan mendatang, yang memberikan manfaat bagi PT Pertamina, *shareholder* dan *stakeholder*. Mengingat kondisi nyata masyarakat, maka PT Pertamina dalam penerapan program CSR saat ini lebih diprioritaskan untuk membantu pemerintah dan masyarakat dalam memecahkan permasalahan sosial di sekitar wilayah kegiatan operasional perusahaan. Namun pelaksanaan program CSR dikendalikan sepenuhnya oleh perusahaan melalui divisi PR. Indikator keberhasilan dari program CSR yang dilakukan dapat dilihat dari dua sisi yaitu perusahaan dan masyarakat. Dari sisi perusahaan, citra perusahaan harus semakin baik di mata masyarakat. Sementara itu, dari sisi masyarakat, harus ada peningkatan kualitas hidup melalui pemberdayaan masyarakat.

Fenomena diatas yang mendorong penelitian ini dilaksanakan di PT Pertamina Refinery Unit VI Balongan, untuk melihat bagaimana program CSR yang dilakukan PT Pertamina untuk masyarakat Balongan dalam

meningkatkan keberdayaan masyarakat. Di mana melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran untuk melaksanakan program CSR yang efektif untuk mendukung keberdayaan masyarakat yang merupakan tujuan akhir dari program CSR.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah: Apa saja program CSR yang dilakukan PT Pertamina Balongan dalam meningkatkan keberdayaan masyarakat Balongan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis program CSR yang dilakukan PT Pertamina Balongan dalam meningkatkan keberdayaan masyarakat Balongan.

Penelitian ini diharapkan dapat menjawab mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi program CSR dalam meningkatkan keberdayaan masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi mengenai program CSR yang dilakukan perusahaan untuk masyarakat lokal. Mengembangkan dan menyempurnakan secara empiris

teori komunikasi pembangunan yang dikaitkan dengan konsep pemberdayaan masyarakat, mengkaji tentang program CSR dalam mendukung program pemberdayaan masyarakat. Selanjutnya, penelitian ini diharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan kontribusi kepada PT Pertamina Balongan untuk meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memahami pentingnya program CSR yang dilakukan perusahaan secara berkesinambungan dan tepat sasaran dalam memberdayakan masyarakat.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Corporate Social Responsibility (CSR)

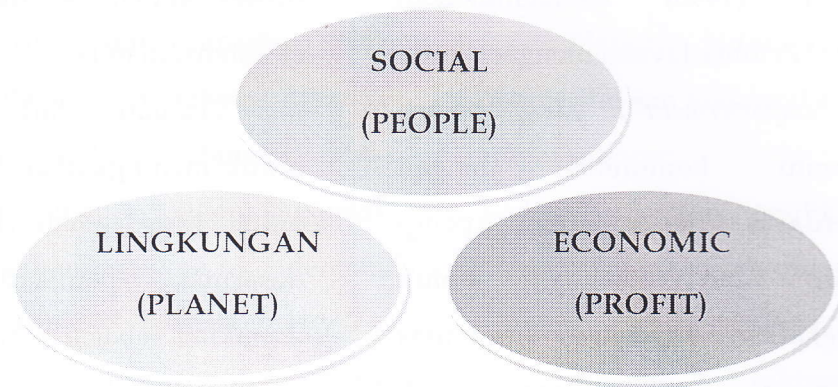
Dalam pengertian luas, CSR dipahami sebagai konsep yang lebih "manusiawi" dimana suatu organisasi dipandang sebagai agen moral. Oleh karena itu dengan atau tanpa aturan hukum, sebuah organisasi bisnis, harus menjunjung tinggi moralitas (Nursahid, 2006).

Petkoski dan Twose (2003) mendefinisikan CSR sebagai komitmen bisnis berperan untuk mendukung pembangunan ekonomi, bekerjasama

dengan karyawan dan keluarganya, masyarakat lokal dan masyarakat luas, untuk meningkatkan mutu hidup mereka dengan berbagai cara yang menguntungkan bagi bisnis dan pembangunan.

Elkington dalam Wibisono (2007), mengembangkan konsep *Triple bottom lines* dalam istilah *economic prosperity, environmental quality, social justice*. Perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memikirkan 3P (*Profit, People, Planet*), yaitu selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Penelitian Iryani (2008) mengatakan bahwa *triple bottom lines* merupakan suatu konsekusi dari definisi *sustainable development* yang mana mempunyai tiga elemen penting yaitu pertumbuhan ekonomi, perlindungan lingkungan dan kesejahteraan sosial.



Gambar 6. Triple Bottom Lines dalam kegiatan tanggungjawab social Perusahaan.

Penelitian Pfleiger *dalam* Machiavelli (2011), menunjukkan bahwa usaha-usaha pelestarian lingkungan oleh perusahaan akan mendatangkan sejumlah keuntungan, diantaranya adalah ketertarikan pemegang saham dan *stakeholders* terhadap keuntungan perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggungjawab. Hasil lain mengindikasikan bahwa pengelolaan lingkungan yang baik dapat menghindari klaim masyarakat dan pemerintah serta meningkatkan kualitas produk yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan keuntungan ekonomi. Sebagian perusahaan dalam industri modern menyadari sepenuhnya bahwa isu lingkungan dan sosial juga merupakan bagian penting dari perusahaan. Ferreira *dalam* Machiavelli (2011), menyatakan

bahwa persoalan konservasi lingkungan merupakan tugas setiap individu, pemerintah dan perusahaan. Sebagai bagian dari tatanan sosial, perusahaan seharusnya melaporkan pengelolaan lingkungan perusahaannya dalam annual report, Hal ini karena terkait dengan tiga aspek persoalan kepentingan: keberlanjutan aspek ekonomi, lingkungan dan kinerja sosial.

Pemberdayaan Masyarakat

Istilah pemberdayaan (*empowerment*) berasal dari kata "*power*" yang berarti kemampuan, tenaga, atau kekuasaan. Dengan demikian, secara harfiah pemberdayaan dapat diartikan sebagai peningkatan kemampuan, tenaga, kekuatan, atau kekuasaan.

Ife (1995) mengemukakan bahwa: "Pemberdayaan mengacu pada kata "*empowerment*", yang berarti membantu komunitas dengan sumberdaya, kesempatan, pengetahuan, dan keahlian untuk meningkatkan kapasitas komunitas sehingga dapat berpartisipasi untuk menentukan masa depan warga komunitas."

Menurut Priyono dan Pranarka (1996), konsep pemberdayaan perlu disesuaikan dengan alam pikiran dan budaya Indonesia. Perkembangan alam pikiran masyarakat dan kebudayaan Barat diawali dengan proses penghilangan harkat dan martabat manusia (dehumanisasi). Proses penghilangan harkat dan martabat manusia ini salah satunya banyak dipengaruhi oleh kemajuan ekonomi dan teknologi yang nantinya dipakai sebagai basis dasar dari kekuasaan (*power*). *Empowerment* hanya akan mempunyai arti kalau proses pemberdayaan menjadi bagian dari fungsi kebudayaan, yaitu aktualisasi dan koaktualisasi eksistensi manusia dan bukan sebaliknya menjadi hal yang destruktif bagi

proses aktualisasi dan koaktualisasi eksistensi manusia.

Tujuan dari pemberdayaan untuk meningkatkan kekuatan orang-orang yang lemah (Ife, 1995), Pada dasarnya pemberdayaan dapat dimaknai sebagai segala usaha untuk membebaskan masyarakat miskin dari belenggu kemiskinan yang menghasilkan suatu situasi di mana kesempatan-kesempatan ekonomis tertutup bagi mereka, karena kemiskinan yang terjadi tidak bersifat alamiah semata, melainkan hasil berbagai macam faktor yang menyangkut kekuasaan dan kebijakan, maka upaya pemberdayaan juga harus melibatkan kedua faktor kekuasaan dan kebijakan dari perusahaan.

Payne (1997) mengemukakan bahwa suatu proses pemberdayaan pada intinya bertujuan membantu klien mendapatkan daya, kekuatan dan kemampuan untuk mengambil keputusan dan tindakan yang akan dilakukan dan berhubungan dengan diri klien tersebut, termasuk mengurangi kendala pribadi dan sosial dalam melakukan tindakan.

Pemberdayaan masyarakat menurut Priyono dan Pranarka (1996) adalah: "Bagaimana rakyat dibantu agar lebih berdaya sehingga tidak hanya dapat meningkatkan kapasitas dan kemampuannya dengan memanfaatkan potensi yang dimilikinya, tetapi sekaligus meningkatkan kemampuan ekonomi nasional".

Pemberdayaan masyarakat adalah suatu proses di mana masyarakat khususnya mereka yang kurang memiliki akses kepada sumberdaya pembangunan didorong untuk makin mandiri dalam mengembangkan kehidupan mereka. Dalam proses ini, masyarakat dibantu untuk mengkaji kebutuhan, masalah dan peluang pembangunan dan perikehidupan mereka sendiri. Selain itu mereka juga menemukenali solusi yang tepat dan mengakses sumberdaya yang diperlukan, baik sumberdaya eksternal maupun sumberdaya milik masyarakat itu sendiri. Pemberdayaan masyarakat juga merupakan suatu proses mengajak atau membawa masyarakat agar mampu melakukan sesuatu (*enabling people to do something*).

Menurut Ndara (1990), bahwa pemberdayaan masyarakat terbagi atas empat macam:

1. Pemberdayaan politik, bertujuan meningkatkan *bargaining position* yang diperintah terhadap pemerintah, sehingga yang diperintah mendapatkan apa yang merupakan haknya dalam bentuk barang, jasa layanan, dan kepedulian tanpa merugikan orang lain.
2. Pemberdayaan ekonomi, dimaksud sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan yang diperintah sebagai *consumer* untuk berfungsi sebagai penanggung dampak negatif pertumbuhan, pembayar resiko salah urus, pemikul beban pembangunan, kambing hitam kegagalan program dan penderita kerusakan lingkungan.
3. Pemberdayaan sosial budaya, bertujuan meningkatkan kemampuan sumberdaya manusia melalui *human investment*, guna meningkatkan nilai manusia, penggunaan dan perlakuan seadilnya terhadap manusia.

Pemberdayaan lingkungan, dimaksudkan sebagai program perawatan dan pelestarian lingkungan, supaya yang diperintah dengan lingkungannya terdapat hubungan saling menguntungkan.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini mengkombinasikan penelitian menerangkan (*explanatory research*) dengan penelitian deskriptif (*descriptive research*). Teknik pengumpulan data primer dengan wawancara, observasi, dokumentasi. Data sekunder diperoleh dari *company profile, profile* CSR Pertamina Balongan dan buku literatur. Obyek penelitian ini adalah program CSR dalam meningkatkan keberdayaan masyarakat, penelitian dilakukan dengan mengambil lokasi di Balongan, Kabupaten Indramayu mengingat di wilayah tersebut PT Pertamina Refinery Unit VI beroperasi. Sebagai sumber penelitian adalah PT Pertamina Refinery Unit VI, Jalan Raya Balongan Km.9 Kabupaten Indramayu-Jawa Barat.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Corporate Social Responsibility merupakan salah satu kegiatan

eksternal *Public Relations* Pertamina yang ditujukan kepada masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar PT Pertamina Balongan. Program CSR Pertamina Balongan dibedakan atas tiga ring, diantaranya: Ring I meliputi: Desa Balongan, Indramayu, Sukaurip. Ring II meliputi: Desa Tegalurung, Limbangan, Rawadalem, Sukareja, Tinumpuk, Singaraja. Ring III meliputi desa: Desa Lombang, Sudimampir, Tegalsembadra, Sudimampir Kidul, Gelar Mandala, Pondoh dan Sambimaya (Hikmana, 2010). Program CSR dilakukan karena Pertamina merasa bahwa dalam beroperasinya kilang Balongan sering memberikan dampak negatif bagi masyarakat yang tinggal di sekitar kilang Balongan terutama di bidang lingkungan hidup.

Didasari hal tersebut Pertamina berinisiatif untuk melaksanakan program CSR secara rutin dan berkesinambungan yang ditujukan kepada masyarakat. Melaksanakan kegiatan CSR juga merupakan keharusan bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia terutama yang bergerak di bidang minyak dan gas bumi, dimana konsep pertama berorientasi pada pemberdayaan

masyarakat secara berkesinambungan; yang kedua *relation development* merupakan kegiatan yang lebih bersifat karitas dan donasi publik. Termasuk dalam kategori ini adalah pembinaan hubungan segitiga yang baik dan harmonis antara perusahaan, pendamping program kegiatan (pemerintahan daerah dan LSM) dan masyarakat lokal.

Melalui program CSR diharapkan dapat menciptakan pemberdayaan masyarakat, dan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat sekitar. Pedoman pelaksanaan program CSR adalah: komitmen yang tinggi dari manajemen Pertamina, didasarkan pada prioritas kebutuhan nyata masyarakat setempat melalui proses dari bawah keatas, dapat memberikan manfaat untuk perusahaan maupun masyarakat setempat, menciptakan perubahan ekonomi, sosial dan pengelolaan lingkungan yang lebih baik bagi masyarakat dan tidak berorientasi pada politik. Oleh karena inisiatif melalui program pemberdayaan masyarakat dirancang untuk memenuhi kebutuhan peningkatan citra perusahaan.

Kontribusi program CSR adalah berkesinambungan terhadap pembangunan ekonomi, sosial masyarakat dan lingkungan hidup. Pembangunan yang berkelanjutan yaitu bekerjasama dengan karyawan, masyarakat dan *stakeholders* untuk memperbaiki kualitas hidup dengan cara yang dapat diterima oleh bisnis dan juga pembangunan itu sendiri adalah nilai dasar dari program CSR. Kemiskinan yang sudah mengglobal saat ini adalah masalah sosial yang menjadi target seluruh negara-negara didunia untuk ditekan, bahkan dihapuskan dan tentunya dalam implementasi CSR kontemporer yang dilakukan dunia usaha dan sudah seharusnya dunia usaha menyadari posisi mereka sebagai bagian dari masyarakat. Keunikan program CSR adalah kegiatan yang bersifat lokal karena pelaksanaannya melibatkan partisipasi masyarakat di sekitar perusahaan. Inilah sejajurnya yang membuat program CSR memiliki peluang untuk masuknya partisipasi masyarakat secara utuh dalam pencapaian tujuannya (Untung, 2008).

Penerapan program CSR oleh Pertamina merupakan refleksi nilai dan budaya perusahaan yang terintegrasi dengan strategi bisnis perusahaan masa kini dan mendatang, yang memberikan manfaat bagi Pertamina, *shareholder* dan *stakeholder*. Oleh karena itu kesuksesan sebuah perusahaan tidak hanya ditentukan dari keberhasilan menjalankan bisnis semata, tetapi juga didukung kemampuan dalam menyukseskan program pemberdayaan masyarakat dan lingkungan hidup melalui program-program CSR yang dilaksanakan perusahaan dan bermanfaat bagi masyarakat. Pertamina dalam penerapan program CSR saat ini diprioritaskan untuk membantu masyarakat dan pemerintah dalam memecahkan permasalahan sosial di sekitar Perusahaan. Pelaksanaan program CSR dikendalikan sepenuhnya oleh perusahaan, dan bekerjasama dengan pemerintah dan lembaga-lembaga lainnya, dikembangkan dan diprioritaskan di bidang ekonomi, sosial dan pelestarian lingkungan hidup. Melalui program-program CSR yang dilakukan ini akan memberikan nilai tambah bagi Pertamina untuk

semakin mendekati produk dan *brand* kepada masyarakat. Pertamina menganggap program CSR sebagai wujud *good corporate governance* (GCG) yaitu sistem pemerintahan yang baik dan peduli terhadap lingkungan.

Perkembangan program CSR yang dilakukan berupaya untuk membantu pemerintah daerah dalam meningkatkan keberdayaan masyarakat. Praktik program CSR sebagai wujud implementasi program dari *community relations*, jika ditujukan pada *stakeholder* yang tepat dan dilakukan secara tepat pula akan dapat menciptakan sebuah kondisi lingkungan yang kondusif bagi perusahaan, sehingga perusahaan akan dapat menjalankan aktivitas bisnisnya dengan baik tanpa adanya hambatan-hambatan yang dapat muncul dari lingkungan sekitar (Thamrin., *et al.*, 2010).

Visi dari program CSR Pertamina Balongan adalah menciptakan dan memelihara hubungan harmonis dengan lingkungan sekitar serta bekerja sama dengan pemerintah untuk

memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat.

Misi dari program CSR Pertamina Balongan: (1) Mengimplementasikan komitmen perusahaan terhadap kegiatan TSP untuk memberikan nilai tambah bagi *stakeholders* dalam upaya mendukung kemajuan perusahaan, (2) Mewujudkan kepedulian sosial Pertamina balongan dan kontribusi perusahaan terhadap pengembangan masyarakat yang berkelanjutan.

Tujuan dari program CSR Pertamina Balongan: (1) Membangun hubungan yang harmonis dan menciptakan kondisi yang kondusif untuk mendukung pertumbuhan perusahaan, (2) Memberikan kontribusi dalam memecahkan permasalahan sosial, (3) Meningkatkan nilai dan budaya perusahaan yang terintegrasi dengan strategi bisnis perusahaan dan (4) Bagian dari upaya membangun citra dan reputasi perusahaan.

Program CSR yang dilaksanakan oleh Hupmas Pertamina didasarkan pada Kepmen No Kep-236/MBU/2003 membawa babak baru

bagi visi, misi dan kebijakan sosial Pertamina. Melalui keputusan tersebut, Pertamina yang telah menyalurkan dana Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (PUKK) sejak tahun 1990, membentuk unit PKBL untuk menggantikan peran PUKK. Dengan menggunakan dana bagian pemerintah atas penyisihan laba bersih Pertamina untuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Dengan demikian fungsi sosial dari Pertamina bertambah lagi dengan pembentukan unit khusus ini, baik ditingkat korporat maupun daerah operasi/unit.

Program CSR merupakan kegiatan yang wajib dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan Undang-undang perseroan Terbatas Pasal 74. Esensi UU-PT ini menegaskan bahwa dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan aspek *finacial* usaha semata (*single bottom line*), melainkan juga harus menggunakan baik aspek keuangan, sosial dan lingkungan hidup (*triple bottom line*). Sinergi antara ketiga elemen tersebut merupakan kunci keberhasilan dari konsep pembangunan berkelanjutan. Program CSR merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan *community*

development. Namun pada prakteknya sebahagian dari program CSR dilakukan sekedar pada perbuatan amal (*charity*) perusahaan saja tidak menyentuh pada pemberdayaan.

Program CSR yang dilakukan oleh Pertamina merupakan investasi bagi pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya melainkan sarana untuk meraih keuntungan dan menciptakan persepsi dan citra positif masyarakat. Program CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan. Disisi lain juga masyarakat membutuhkan kepedulian perusahaan untuk melaksanakan kegiatan sosial untuk masyarakat.

Dalam melaksanakan program CSR, perusahaan memang tidak mendapatkan profit, namun yang diharapkan dari program ini adalah benefit berupa persepsi dan citra perusahaan dari masyarakat. Menyadari akan pentingnya program CSR ini perusahaan diharapkan fokus pada membina hubungan baik dengan masyarakat dan menciptakan masyarakat yang berdaya. Program

CSR yang dilakukan selama ini disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan dari masyarakat Balongan yang dilakukan oleh pendamping-pendamping program CSR seperti penyuluh, mahasiswa dan pemerintah daerah. Pendamping program ini mendatangi masyarakat untuk melakukan survei terhadap kebutuhan masyarakat (*need assessment*), yang bertujuan untuk membentuk suatu persepsi maupun citra yang diharapkan.

Program CSR yang telah dilakukan oleh Pertamina untuk membantu pemerintah daerah dalam meningkatkan keberdayaan masyarakat Balongan, antara lain dilakukan berbagai kegiatan dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat, di antaranya:

1. Di bidang pendidikan: Pertamina memberikan beasiswa kepada masyarakat yang berprestasi, merenovasi bangunan sekolah, membangun ruang perpustakaan, merenovasi lapangan upacara untuk sekolah dasar negeri dan swasta, membagi-bagikan komputer untuk beberapa sekolah yang terdapat di sekitar wilayah kilang

- Balongan dan membagi-bagikan alat tulis kepada masyarakat.
2. Di bidang sosial: Pertamina rutin melakukan pembagian sembako, susu cair, sunatan massal, melaksanakan donor darah secara rutin, memberikan santunan kepada orangtua jompo dan anak yatim, membangun bak penampungan air bersih di lokasi tanah penyangga, memasang instalasi listrik untuk masyarakat Majakerta, dan memberikan bantuan kepada masyarakat yang terkena bencana alam.
 3. Di bidang kesehatan: Pertamina memberikan bantuan alat kesehatan di puskesmas Kecamatan Balongan, Kecamatan Indramayu, Kecamatan Juntinyuat dan Kecamatan Comprang, memberikan bantuan pengobatan massal secara rutin yakni sekali dalam sebulan dan pemberian air bersih untuk wilayah blok Kesambi Balongan diprioritaskan kegiatan TSP di bidang kesehatan di wilayah ini, karena wilayah ini merupakan wilayah yang paling dekat dengan kilang Balongan. Kegiatan TSP lainnya adalah memberikan makanan dan suplemen untuk peningkatan gizi balita, bantuan paket makanan bergizi kepada masyarakat yang kurang mampu yang tinggal di wilayah ring satu kilang Balongan.
 4. Di bidang keagamaan: Pertamina terlibat dalam melakukan renovasi beberapa masjid yang terdapat di lingkungan kilang Balongan, membagi-bagikan Al-quran, buku keagamaan di masjid-masjid yang berada di sekitar kilang Balongan, memberikan bantuan hewan qurban kepada Mustahik dalam rangka peringatan hari raya Idul Adha, mengadakan acara untuk memperingati Isra Mi'raj.
 5. Di bidang olah raga: Pertamina terlibat dalam membangun sarana olah raga untuk masyarakat seperti lapangan voli, lapangan sepak bola dan lapangan bulu tangkis, pembuatan *fieldroom* di stadion Dharma Ayu Indramayu.
 6. Di bidang ekonomi: Pertamina memberikan kepada masyarakat dalam pengelolaan tanah penyangga yang dapat dinikmati oleh masyarakat seluas 250 hektar

persawahan yang dapat dipergunakan oleh masyarakat secara bergantian, memberikan pemodalannya untuk modal kerja masyarakat, melaksanakan pembinaan dan pelatihan untuk para petani, peternak dan nelayan.

7. Di bidang pengelolaan lingkungan hidup: Pertamina terlibat aktif dalam melaksanakan penanaman pohon dan kegiatan memelihara pohon yang sudah ada, pembangunan sarana dan sarana, membangun irigasi, membangun drainase, membangun tempat pembuangan sampah, membangun got, membangun taman kota, membantu pelaksanaan pembangunan WC umum (MCK) di Desa Majakerta dan melaksanakan kegiatan pelatihan dan pembinaan di bidang lingkungan hidup.

Pertamina juga memfokuskan pada program CSR di bidang pengelolaan lingkungan hidup untuk menjaga dan melestarikan lingkungan dan ikut menyukseskan gerakan penanaman sejuta pohon tahun 2009. Pertamina melaksanakan program *one man one tree* dengan menanam 2.010

bibit pohon. Adapun jenis bibit pohon yang disediakan antara lain: sebanyak 715 bibit pohon mahoni, sebanyak 356 bibit pohon palem, sebanyak 104 bibit pohon trembesi, sebanyak 835 bibit pohon glodokan tiang. Semua bibit pohon ini ditanam di area kilang, *laydown area*, dan area pertanaman Pertamina Balongan. Sebagai wujud kepedulian Pertamina terhadap lingkungan, Pertamina secara simbolis juga menyerahkan bantuan sebanyak 50.000 bibit tanaman penghijauan berupa mangrove untuk ditanam di wilayah Kabupaten Indramayu.

Program CSR yang telah dilakukan oleh Pertamina yang bersifat *community development*, di antaranya melakukan kegiatan pelatihan untuk para nelayan di Kabupaten Indramayu bekerjasama dengan Dinas Kelautan dan Perikanan dengan Dinas Lingkungan Hidup. Hal ini dikarenakan sebahagian besar mata pencaharian masyarakat adalah nelayan. Kegiatan ini berupa pelatihan pembuatan serta bantuan alat tangkap ikan, materi terkait dengan Program Peningkatan Kualitas Lingkungan (PPKL), kegiatan ini merupakan kegiatan lanjutan dari program yang

telah digulirkan sebelumnya yang sejalan dan mendukung Keppres Peningkatan Kehidupan Nelayan (PKN). Terkait dengan strategi “revolusi biru” dari Menteri Kelautan dan Perikanan dalam peningkatan produksi hasil laut bagi nelayan, baik untuk kebutuhan dalam negeri maupun untuk diekspor. Pelatihan ini dilaksanakan dengan tujuan membantu masyarakat untuk menjadi lebih mandiri dan berdaya di bidang ekonomi.

Program CSR yang dilakukan sangat beragam, kegiatan di bidang ekonomi bertujuan untuk memberikan nilai tambah dan memberdayakan masyarakat sekitar Pertamina, memberikan peluang kepada masyarakat untuk menambah perekonomian keluarga dan mendukung pertumbuhan perekonomian masyarakat dan usaha kecil serta menengah di Kabupaten Indramayu. Kegiatan di bidang sosial, didasari oleh pemikiran bahwa sebagai perusahaan yang berada di tengah masyarakat, Pertamina Balongan mempunyai tanggungjawab dalam menciptakan masyarakat yang lebih baik serta membantu meringankan

beban masyarakat. Kegiatan di bidang pengelolaan lingkungan hidup yang dilaksanakan oleh Pertamina didasari oleh pemikiran bahwa operasional kilang Balongan memberikan dampak negatif bagi masyarakat sekitar. Diharapkan dengan kegiatan TSP yang dilaksanakan dapat mengurangi resiko atau dampak negatif dari operasional kilang Balongan.

Keberhasilan program keberdayaan masyarakat melalui program CSR Pertamina *Refinery* Unit VI Balongan di bidang ekonomi, ditandai dengan adanya pembangunan prasarana umum masyarakat di wilayah kerja Pertamina seperti pembangunan jalan raya yang sudah di aspal, pembangunan sekolah untuk pendidikan formal, pembangunan jembatan, pembangunan pelabuhan, pembangunan tempat ibadah, pembangunan balai desa dan balai pertemuan, pembangunan poliklinik kesehatan, pembangunan sarana olah raga dan taman kota. Untuk mengembangkan kualitas sumberdaya manusia dilaksanakan program beasiswa untuk siswa yang berprestasi dan staf pengajar yang berkualitas untuk

belajar ke luar negeri. Pemberdayaan masyarakat di bidang sosial terlihat dari kemampuan masyarakat untuk berinteraksi dan bekerjasama dengan masyarakat lainnya. Melalui interaksi dan kerjasama yang dilakukan oleh masyarakat diharapkan menumbuhkan aspirasi, kreativitas dan keberanian dalam mengutarakan pendapat pribadi dan menentukan pilihan. Masyarakat yang sering berinteraksi dengan secara formal dan non formal dengan berbagai pihak dapat membantu mencari solusi yang tepat bagi permasalahan yang dihadapi. Pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi terlihat dari kemampuan masyarakat Balongan untuk menanam dan merawat pohon yang sudah ada, membuang sampah pada tempat yang tersedia sehingga tidak mengakibatkan banjir, menggunakan MCK yang telah dibangun oleh Pertamina sehingga dengan berbagai pelatihan di bidang pengelolaan lingkungan hidup yang dilakukan oleh Pertamina dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan penelitian dan analisis hasil pembahasan, dapat disimpulkan: program CSR yang dilakukan oleh Pertamina Refinery Unit VI Balongan merupakan kegiatan yang rutin dan berkesinambungan dilakukan oleh Pertamina untuk masyarakat Balongan. Pertamina merasa memiliki tanggungjawab dalam membantu pemerintah daerah dalam meningkatkan keberdayaan masyarakat melalui program CSR yang dilaksanakan. Program CSR yang dilakukan oleh Pertamina telah menjangkau dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat, diantaranya di bidang ekonomi, sosial dan pengelolaan lingkungan hidup. Pertamina dalam melaksanakan program CSR dibantu oleh pendamping program CSR yang berasal dari pemerintah daerah, mahasiswa, peneliti dan penyuluh, yang bertugas untuk melakukan survei kepada masyarakat yang bertujuan untuk mengetahui kebutuhan dari masyarakat.

Program CSR Pertamina dilaksanakan bertujuan untuk memberdayakan masyarakat di

bidang ekonomi, sosial dan pengelolaan lingkungan hidup perlu dilakukan evaluasi kegiatan sehingga dalam setiap pelaksanaan program CSR selanjutnya menjadi lebih baik dan lebih bermanfaat bagi yang menerima.

DAFTAR PUSTAKA

- Hikmana DE. 2010. *Evaluasi Implementasi CSR PT Pertamina (Persero) RU VI Balongan*. Indramayu: LPPM Universitas Wiralodra Indramayu.
- Ife J. 1995. *Community development: creating community alternatives - vision, analysis and practice*. Australia: Longman Australia Pty.LTD.
- Iryani E. 2009. *Komitmen stakeholders perusahaan terhadap kinerja sosial dan kinerja keuangan*, [tesis]. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Machiavelli DG. 2011. *Pengaruh kinerja lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan terhadap kinerja ekonomi perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia*. <http://garryaditya.blogspot.com/2011/01/jurnal-csr.html/> [diakses 23 Juni 2011].
- Ndara T. 1990. *Pembangunan masyarakat mempersiapkan masyarakat tinggal landas*. Jakarta: Rineke Cipta.
- Payne M. 1997. *Modern social work theory*. Second Ed. London: MacMillan Press Ltd.
- Petkoski D, Twose N. 2003. *Public policy for corporate social responsibility*. Jointly sponsored by the World bank Institute, the private sector development vice presidency of the world bank, and the international finance corporation. <http://info.worldbank.org/> July [diakses 10 Desember 2010].
- Prijono OS, Pranarka AMW. 1996. *Pemberdayaan: konsep, kebijakan dan implementasi*. Jakarta: Centre for Strategic and International Studies.
- Thamrin H, Syafganti I, Rangkuti B. 2010. *Implementasi Corporate Social Responsibility Berbasis Modal Sosial di Sumatra Utara*. *Journal of Strategic Communication* Vol 1 No 1: 76-89.

Wibisono Y. 2007. *Membedah konsep dan aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Gresik: Fascho Publishing.

Widiyanarti T. 2005. Corporate sosial responsibility : Model community development. *Jurnal Antropologi Sosial Budaya*. Vol 1 dan 2. USU: LPM ANTROP-FISIP.