

## Implementasi Model *Corporate Social Responsibility (CSR) the PII* pada PT Pertamina EP Asset 3 Cirebon

Tiara Sandra Vinaka \*, Maman Suherman

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*tiarasandra87@gmail.com, mamansuherman.unisa@gmail.com

**Abstract.** More and more companies are implementing CSR programs, because CSR is one of the obligations of a company to carry out social responsibility. This research includes Preparation, Implementation, Impact with the aim of knowing the impact of CSR activities based on the CSR PII mode, the results of the research show that PT Pertamina EP Asset 3 Cirebon carries out a CSR program that focuses on activities with community empowerment, especially those with an environmental perspective and empowerment. Ideally, the program adheres to SROI, by determining the intended target, implementing CSR is an important matter by way of social mapping. CSR can also help if the company has skewed issues that occur in society, capacity building activities can make employees work more consistently so that it affects company performance, and can have an impact on companies and society that, CSR is able to reduce risks and inappropriate accusations so as to strengthen good relations between the company and the community. This study uses a quantitative method with a descriptive study approach. By using data collection techniques interviews, observations, literature and documentation. The thing studied is regarding the analysis of the implementation of the Corporate Social Responsibility (CSR) program at PT Pertamina EP Asset 3 Cirebon with reference to the PII (Preparation, Implementation, Impact) model with the theory used, namely the theory of Corporate Social Responsibility (CSR)

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility (CSR), Program Analysis, The PII model.*

**Abstrak.** Semakin banyak perusahaan yang melaksanakan program CSR, sebab CSR menjadi salah satu kewajiban suatu perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial. Penelitian ini meliputi *Preparation, Implementation, Impact* dengan tujuan untuk mengetahui *impact* dari kegiatan CSR berdasarkan pada mode CSR PII, hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Pertamina EP Asset 3 Cirebon melakukan program CSR yang menitik beratkan kegiatan dengan pemberdayaan masyarakat terutama yang berwawasan lingkungan dan pemberdayaan. Dengan idealnya program berpaku kepada SROI, dengan menentukan sasaran yang dituju, untuk melaksanakan CSR itu merupakan hal penting dengan cara *social mapping*. CSR juga dapat membantu apabila perusahaan memiliki isu miring yang terjadi di masyarakat, kegiatan peningkatan kapasitas dapat membuat karyawan bekerja lebih konsisten sehingga berpengaruh atas kinerja perusahaan, serta dapat memperoleh dampak bagi perusahaan maupun masyarakat bahwa, CSR mampu mengurangi risiko dan tuduhan yang tidak pantas sehingga mempererat hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, studi pustaka dan dokumentasi. Hal yang diteliti adalah mengenai analisis pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada PT Pertamina EP Asset 3 Cirebon dengan merujuk pada model PII (Preparation, Implementation, Impact) dengan teori yang digunakan yaitu teori *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility (CSR), Analisis Program, The PII model.*

## A. Pendahuluan

*Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu suatu program yang dilakukan perusahaan dimana perusahaan berkewajiban untuk bertanggung jawab kepada *stakeholder* yang terkena dampak dari kegiatan usaha tersebut dalam sebagai aspek operasional perusahaan. Perusahaan-perusahaan saat ini semakin banyak yang melaksanakan program CSR namun, dalam penerapan dan implementasinya masih banyak perusahaan yang belum melaksanakan program tersebut dengan baik. Seperti menjalankan programnya dengan tidak rutin. Banyaknya perusahaan yang masih memandang bahwa CSR adalah program pemborosan yang tidak menguntungkan perusahaan hal tersebut menjadi alasan mengapa masih banyak perusahaan yang belum menerapkan CSR dengan rutin. Padahal dengan melakukan tanggung jawab sosial atau CSR yang tepat pada sasaran dapat membawa manfaat dan dampak positif pada operasional perusahaan juga terhadap keberlangsungan bagi eksistensi perusahaan untuk jangka yang panjang. Selain membina hubungan yang baik dengan *stakeholder* CSR juga menjadi salah satu manfaat untuk meningkatkan dampak positif terhadap masyarakat, dengan membina hubungan baik yang bersifat timbal balik terhadap *stakeholder* dalam arti CSR dapat meningkatkan citra positif serta dapat mengurangi risiko terhadap tekanan publik akibat dari dampak yang ditimbulkan perusahaan terhadap lingkungan.

*The World Business Council for Sustainable Development* (dalam Ismail Solihin, 2011:28) memberikan pengertian terhadap CSR sebagai komitmen berkelanjutan dari para pelaku bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberikan kontribusi terhadap penggunaan bangunan pembangunan ekonomi. Sementara pada saat yang sama meningkatkan kualitas hidup dari para pekerja dan keluarganya demikian pula masyarakat lokal dan masyarakat secara luas. berdasarkan pendapat tersebut sebuah perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap *stakeholder* untuk berperan memperhatikan *stakeholder* dalam melalui usaha yang dijalankan.

Program CSR di PT Pertamina EP Asset 3 menitik beratkan kegiatan CSR dengan pemberdayaan masyarakat terutama yang berwawasan lingkungan dan pemberdayaan. Pemberdayaan sendiri meliputi kegiatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), perekonomian, perternakan, perikanan, pertanian, pengrajin, penjait, serta usaha-usaha lainnya. Program lain yang dilakukan PT Pertamina EP Asset 3 Cirebon dalam program CSR nya adalah sponsorship yaitu suatu bentuk dukungan kegiatan baik dibidang pendidikan, keagamaan, kepemudaan, kesehatan, keolahragaan dan lain-lain). Yang kedua yaitu bantuan sarana prasarana seperti sarana pendidikan atau keagamaan. Program ketiga adalah perbaikan atau penambahan infrastruktur yang menunjang untuk kemajuan wilayah. Ada pula yang keempat program penyelenggaraan pengobatan gratis, khitanan masal, dan beasiswa. Program terakhir adalah program yang berwawasan lingkungan misalnya melakukan pemberdayaan untuk pengelolaan bank sampah di desa-desa ataupun penanaman pohon untuk penghijauan.

Proses evaluasi sebuah kinerja diperlukan dalam pelaksanaan program CSR untuk mengukur sebuah keberhasilan ataupun kegagalan sehingga dapat memutuskan keberhasilan pencapaian pada kegiatan program CSR tersebut. Proses evaluasi pada Model (PII) meliputi *Preparation* (persiapan), *Implementation* (Pelaksanaan), *Impact* (dampak). Merupakan model pendekatan untuk mengevaluasi program CSR, model ini juga merupakan riset yang menggali dan memberikan pedoman untuk evaluasi persiapan ,pelaksanaan, dan dampak.

CSR yang dilakukan oleh PT Pertamina EP Asset 3 Cirebon ini tidak hanya dilakukan kepada pihak eksternal saja namun, PT Pertamina EP Asset 3 Cirebon juga melakukan program csr pada karyawan nya (internal) seperti perusahaan memberikan fasilitas olahraga, kesehatan, dan support untuk peningkatan kualitas karyawan dengan mengadakan pelatihan untuk meningkatkan skill para karyawan. Dampak dari csr terhadap ekstenal membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat disekitar perusahaan di berbagai bidang diantaranya bidang ekonomi, Pendidikan, kesehatan, dan keagaaman. Berikut beberapa indikator peningkatan kualitas hidup diantaranya: (1) Dibidang ekonomi, yaitu pendapatan masyarakat menjadi meningkat, (2) Dibidang kesehatan, kesadaran masyarakat akan pentingnya hidup bersih dan pengelolaan sampah lebaik baik, (3) Bidang Pendidikan, jumlah angka lulusan sarjana meningkat serta wawasan masyarakat lebih luas dan berpandangan lebih positif, (4) Bidang keagamaan, kegiatan

keagamaan meningkat sehingga masyarakatnya lebih berakhlakul karimah.

Ada beberapa wilayah dari zona PT Pertamina EP Asset 3 Cirebon ini yang mengalami dampak negatif dari kehadiran perusahaan, seperti contohnya beberapa tahun yang lalu telah terjadi bencana abrasi di wilayah pesisir pantai tempat adanya kilang minyak. Sehingga sangat berisiko apabila terjadinya bencana abrasi kembali apabila tidak adanya upaya penyelamatan untuk mengurangi risiko yang terjadi akibat dari bencana abrasi terhadap masyarakat sekitar. Karena pada saat kejadian beberapa tahun yang lalu desa Karangsong mengalami musibah yang cukup parah sehingga mengakibatkan tergerusnya lahan tambak warga hingga nyaris menelan lahan persawahan warga.

Oleh karena itu sebagai upaya untuk mengatasi, mencegah dan upaya penyelamatan lingkungan pesisir pantai untuk warga sekitar maka, PT Pertamina melakukan kegiatan CSR yaitu berupa edukasi abrasi mengenai cepat tanggap dalam menghadapi bencana abrasi dan penanaman pohon mangrove yang diharapkan akan menambah sedimentasi agar menjaga daratan tetap utuh. Pelaksanaan pemulihan akibat abrasi pantai ini sudah berlangsung sejak tahun 2010 yang bekerja sama dengan masyarakat pesisir pantai desa Karangsong. Pada penanaman pohon mangrove ini juga perlu dijaga dan dikelola karena, selain dapat mencegah juga memiliki nilai ekonomi bagi masyarakat sekitar yang dimana penanaman tersebut digunakan sebagai ekowisata mangrove.

PT Pertamina Asset 3 Cirebon menjalankan kegiatan CSR ini memiliki maksud dan tujuan, yaitu tujuan utama perusahaan menjalankan CSR yaitu untuk menjaga citra perusahaan dan nama baik perusahaan dengan cara melakukan pemberdayaan masyarakat, serta untuk menjaga hubungan baik dengan *stakeholder* dan masyarakat sekitar sehingga terjadi sinergi antara perusahaan dengan *stakeholder* untuk kelancaran operasi produksi perusahaan dan kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat kepada perusahaan.

Dalam menjalankan kegiatan CSR, apabila kegiatan tersebut berjalan dengan baik maka perusahaan akan mendapatkan *feedback* yang baik pula yaitu seperti salah satunya menurut Dwi Kartini (2013:88) *feedback* ini ada yang berbentuk peningkatan kapasitas dan kapabilitas di perusahaan tersebut secara kualitatif, dan tentu sangat menguntungkan bagi perusahaan itu sendiri. Intinya dari pelaksanaan CSR bagi perusahaan adalah untuk memperkuat reputasi perusahaan.

## **B. Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, studi pustaka dan dokumentasi.

## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **Langkah Persiapan (*Preparation*) Program CSR**

Seperti yang dijelaskan oleh Edward L. Bernay yang dikutip oleh Rosady Ruslan (2012) bahwa terdapat tiga fungsi utama *public relations* adalah memberikan penerangan kepada masyarakat, melakukan komunikasi persuasif untuk mengubah sikap dan perbuatan kepada masyarakat secara langsung. Sehingga dalam hal ini juga selaras dengan fungsi dari kehumasan PT Pertamina, dengan begitu dapat meningkatkan, dan menjaga reputasi dengan membangun komunikasi yang baik dan sinergi dengan para pemangku kepentingan agar terlaksananya visi dan misi perusahaan. Visi dan misi dari perusahaan PT Pertamina itu sendiri yaitu dengan visi mendukung program pemerintah Indonesia dalam mewujudkan keadilan dan kemakmuran semua warga negara. Misinya itu dengan program CSR yaitu melaksanakan komitmen korporat atas tanggung jawab sosial dan lingkungan yang akan memberikan nilai tambah kepada semua pemangku kepentingan untuk mendukung pertumbuhan perusahaan dan melaksanakan tanggung jawab korporat dan kepedulian sosial untuk sebuah pembangunan masyarakat yang berkelanjutan.

*Community development* (pengembangan masyarakat) merupakan tim fasilitator atau pendamping CSR yang ada di lapangan untuk merumuskan target dan sasaran siapa saja nantinya akan menjadi pertimbangan dalam kegiatan CSR.

Untuk mengelola *stakeholders* PT Pertamina memerlukan data base. *Data base*

*stakeholders* itu berdasarkan dokumen studi analisa dampak lingkungan (ANDAL) UKL UPL *social mapping* maupun dokumen lain yang terkait dampak lingkungan dan riwayat hubungan dengan perusahaan. Sebab yang paling utama dilakukan adalah mengetahui siapakah *stakeholders* perusahaan lalu kemudian dilakukan pembobotan (*stakeholder score card*),

Stakeholder strategi, adalah penyusunan langkah dan upaya yang akan dilakukan untuk menjaga hubungan atau meminimalisir gangguan operasi berdasarkan klasifikasi stakeholder melalui program maupun kegiatan lainnya. Langkah upaya dilakukan untuk menjaga hubungan berdasarkan analisa dampak lingkungan, didalam analisa dampak lingkungan sudah muncul rekomendasi wilayah, kemudian muncul rekomendasi terkait dengan upaya kelola lingkungan dan upaya pengelolaan lingkungan. Ketika muncul semua stakeholdernya baru melaksanakan dari pembobotan. Kemudian lakukan klasifikasi Strategi, yaitu teknik klasifikasi stakeholder berdasarkan hasil trobosan untuk mengetahui level stakeholder sebagai prioritas penanganan dengan strategi yang disusun. Dengan implementasi atau teknik penanganan stakeholder secara langsung merupakan *stakeholder handling* dalam langkah meghadapi *stakeholders* jadi, tim *public relations* melakukan pendekatan kepada stakeholder dengan komunikasi secara dua arah. Adanya juga upaya yang dilakukan oleh manajemen pengelolaan terhadap *stakeholder*, yaitu *corporate stakeholder management*, metode penanganan dan pengelolaan pemangku kepentingan atas operasi perusahaan untuk menjalin kerjasama dan kolaborasi yang harmonis mendukung visi misi perusahaan serta meminimalisir hambatan operasi.

Guna mendukung kelancaran dan meminimalisir hambatan program atau kegiatan tertentu. Tim CSR memiliki upaya preventif untuk mengantisipasi hambatan, untuk mengurangi risiko akan terjadinya hambatan atau masalah pada saat kegiatan program CSR ini berlangsung. Dimana tim CSR memiliki upaya preventif untuk mengantisipasi hambatan, karena itu sebelum pelaksanaan program CSR melaksanakan FGD (*Focus Group Discussion*) dengan sasaran penerima manfaat, jadi sebelum program itu dilaksanakan sebelum dilakukan tim CSR melakukan diskusi lebih dalam dengan masyarakat mengenai benar atau tidak itu dengan permasalahan yang ada.

### **Alur Pelaksanaan (*Implementation*) Program CSR**

Dalam proses pelaksanaan program CSR perusahaan memiliki taktik pesan yang ingin disampaikan, teknik pesan itu adalah agar masyarakat dapat percaya dan menjadi bagian dalam keluarga dari perusahaan. Saling memberi manfaat baik dari perusahaan kepada masyarakat ataupun masyarakat kepada perusahaan untuk berjalannya keberlanjutannya operasional perusahaan. Pesan itu mengikuti dari keberhasilan program, keberhasilan yang tidak berproses dan nggak ada yang instan dan perusahaan tidak pernah mengedukasi masyarakat untuk sesuatu yang instan semuanya berproses dan di dalam berproses itu memiliki unsur-unsur kesabaran dan lain-lain.

Dalam pelaksanaan kegiatan CSR ini juga stakeholder tidak hanya dari pihak luar saja, tapi juga pada pihak internal perusahaan, seperti pendapat dari Jones (1995) (dalam Ismail Solihin, 2011:2) bahwa terdapat dunia kategori yaitu *inside stakeholders* yaitu para karyawan PT Pertamina dan *outside stakeholders* yaitu bukan karyawan atau pemelik perusahaan namun masyarakat sekitar yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan.

Konsep program pemberdayaan masyarakat adalah salah satu program CSR yang disusun berdasarkan isu atau permasalahan yang ada di masyarakat, dirumuskan, disepakati dan dilaksanakan bersama masyarakat secara sistematis dan berkelanjutan. Berdasarkan rencana kerja target program (*road map*) sampai dengan kemandirian masyarakat. Dokumen rencana kerja, rencana strategis pada setiap program biasanya 3-5 kali rencana kerja (renja) itu rumusan dari rencana strategis setiap tahunnya. Memonitoring juga untuk bukan hanya sebuah pengawasan terhadap implementasi program dan progress yang dicapai atas target yang sudah ditentukan bagaimana dan seperti apa? Sampai dengan hasil dari penjualan suatu produk dengan pelaksanaan program CSR ini juga tetap dimonitoring.

Dalam proses procurement ada dua metode dalam melaksanakan program yang pertama melalui vendor, dengan adanya proses bisnis didalamnya dimana PT Pertamina membayar

vendor dalam melaksanakan program CSR, dan proses SCM (*supply chain management*) melalui swakelola itu adalah kerjasama dengan pihak ketiga dengan *non business oriented* (tidak mengutamakan kelangsungan bisnis) seperti Yayasan ataupun kelompok masyarakat sendiri yang mempunyai lembaga swakelola memiliki proses yang tidak begitu ribet karena tidak melalui proses SCM (*supply chain management*) bisa langsung proses dan bisa lebih dulu membayar. Dan ada sistem yang dimana apabila ada proposal masuk maka akan diproses langsung, meskipun kegiatannya belum dilakukan maka uang masuk lalu laporan.

Dalam pelaksanaan program CSR juga diperlukannya sebuah publikasi, publikasi dianggap penting karena merupakan sebuah bentuk perusahaan untuk mempublikasi apa saja kontribusi dari perusahaan, agar menghindari konflik dengan masyarakat dan meningkatkan citra dari masyarakat, serta untuk sebuah pelaporan, pelaporan itu untuk meminimalisir penyalahgunaan dan meminimalisir apabila ada yang keluar dari target, oleh karena itu pelaporan itu selalu dilaksanakan. Pelaporan dilakukan kepada *top management*, kepada desa, kecamatan atau kabupaten, dan kepada SKK Migas serta dilakukan oleh tim Comdev, auditor, Lembaga desa, pemerintah lokal (Desa, kecamatan, kabupaten).

### **Alur Dampak (*Impact*) Program CSR**

Setelah pelaksanaan, program juga perlu melakukan evaluasi untuk mengetahui bagaimana dampak yang akan terjadi. Sebuah evaluasi, memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui bagaimana kualitas, tujuan, sasaran, budget, kendala, dan usulan perbaikan program kegiatan. Untuk mengukur kualitas dari kegiatannya PT Pertamina berpaku pada SROI (*social return of investment*) yaitu merupakan sebuah pendekatan untuk mengukur dan memahami dampak keuangan di masa depan suatu perusahaan dan menghitung nilai dan kualitas konsep kegiatan. Maksud dari SROI (*social return of investment*) program itu pasti disusun berdasarkan *base on Renstra*, Renstra adalah sebuah rencana strategis yang dibuat dalam proses pelaksanaan, contoh salah satu desa permasalahannya adalah sampah, ketika tim public relations masuk, menyusun program namanya zero waste. Targetnya adalah lima atau empat tahun kedepan desa itu bebas sampah, bebas limbah atau sampah yang tidak terkelola. Di dalam empat tahun ini apa saja yang perlu disusun. Yang dimaksud dari SROI adalah dalam empat tahun pasti akan di rumuskan dalam cerita program apa saja, pasti ada timbul biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan yang akan diajukan tiap tahunnya nantinya akan di total selama empat tahun itu berapa totalnya kemudian hasil di dalam pengelolaan yang dihasilkan oleh masyarakat itu berapa. Jadi biasanya masyarakat ikut serta dalam melaksanakan kegiatan CSR sehingga kemudian mereka memiliki nilai ekonomis, dimana sampah itu tidak dibuang tetapi digunakan melalui bank sampah. Sehingga masyarakat mendapatkan nominal dan akan di kalkulasikan. Kemudian dari hasil *reuse, recycle, reduce* sampah itu seperti apa sehingga bisa di jual dan lain lain. itu semua di akumulasikan apakah lebih dari nilai yang dikeluarkan oleh perusahaan. Itu merupakan bagian dari SROI kualitas program dari perusahaan. Kalau itu masuk tidak ada perbandingannya harus dilakukan oleh pihak ketiga maka program itu akan menjadi rekomendasi program yang akan dilaksanakan, dilanjutkan, atau digetok tultarkan oleh masyarakat. Ini bagian dari evaluasi. Yang ketiga lebih tinggi lagi, masyarakat merasa memiliki perusahaan, masyarakat merasa menjadi bagian dari perusahaan. Maka ketika perusahaan ada yang mengganggu mereka akan menjadi back up.

Dalam proses evaluasi, mengukur keberhasilan dari sebuah program kegiatan CSR berdasarkan SROI dan berdasarkan persepsi masyarakat dan berdasarkan dari nilai yang sudah didapatkan pada implementasi program CSR. Yang penting adalah supaya program itu tidak gagal dan tidak berhenti di pertengahan jalan atau tidak ter implementasi. Ukuran indikator keberhasilan karena kita punya target on Renstra (rencana strategis) dan renja itulah targetnya. Yang paling utama adalah renstra, program berhasil atau tidak itu tidak bisa diukur dalam satu tahun atau limatahun tertentu karena ini berproses, yang sederhana program ini adalah implementasi program sudah dijalankan jadi tahun ketiga sudah dijalankan apa saja dan itu sudah dilakukan dan berhasil jadi secara keseluruhan Tim CSR dilihat apakah target nya sudah baik apakah sudah memunculkan multi player efek. Kemudian SROI nya apakah presentasinya

sudah baik, jadi evaluasi secara global itu setelah rencana strategi.

Yang melakukan evaluasi adalah yang pertama tim CSR yang dilapangan, evaluasi atas program yang sudah dijalankan setiap tahunnya kemudian secara global nya setelah lima tahun apakah target sudah terpenuhi, itu dilakukan dari Tim CSR yang melakukan analisa dan kemudian disampaikan kepada Menejemen dan manajemen yang akan menentukan apakah program ini berhasil dan berlanjut untuk diduplikasikan atau tidak. Setiap tahunnya dilakukan evaluasi atas implementasi program. Jadi setiap program kan ada rencana strategis dan rencana strategis itu durasinya sampai dengan lima tahun dalam masing-masing tahun itu juga dilakukan evaluasi atas targetnya. Misalkan di tahun ketiga sudah sampai dengan pembinaan produk dari hasil program berarti tahu satu dan tahun kedua dianggap berhasil masyarakat secara pengetahuan dan *skill* sudah ada kelompoknya, juga sudah terbentuk sehingga tahun ketiga sudah memasuki pengembangan atau pembinaan dari produk yang dihasilkan. Jika dua tahun juga sudah subar dan tidak akan lanjut itu berarti gagal.

Setelah lima tahun dalam proses implementasi ini masyarakat itu sudah mandiri sudah tidak bergantung kepada perusahaan tapi juga tidak dilepas total hanya sekedar memantau dan tetap suportif tetapi tidak mencapai hingga memenuhi kebutuhan dasarnya, jadi tidak dilepas total walaupun sudah ditahap kemandirian. Perusahaan akan selalu memonitor dan support untuk mengisi kira-kira apa yang sedang terjadi. Suatu program dan sasaran penerima manfaatnya itu mengibaratkan seperti anak asuh, anak itu sudah besar tidak mungkin dilepaskan begitu saja. Apabila mereka berhasil perusahaan juga merasa berhasil dan apabila ada yang kurang maka akan tetap dibantu oleh perusahaan.

Apabila telah dilaksanakannya evaluasi maka dapat terlihat bagaimana dampak yang diperoleh oleh perusahaan maupun para pemangku kepentingannya. Salah satu manfaat dari kegiatan CSR ini juga telah dijelaskan oleh Susanto, (2009:14-16) bahwa dalam pelaksanaan kegiatan CSR ini dapat mengurangi risiko dan tuduhan terhadap perlakuan yang tidak pantas diterima oleh perusahaan, CSR juga berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan memiliki dampak buruk atas isu miring yang terjadi di masyarakat, banyaknya kegiatan yang dilaksanakan perusahaan dalam peningkatan kapasitas atau studi banding yang dilaksanakan kepada karyawan PT Pertamina juga dapat membuat karyawan bekerja lebih konsisten dan dapat meningkatkan skill para karyawan sehingga berpengaruh juga atas kinerja perusahaan. Juga dapat mempererat hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat, kemudian apabila terjadi isu-isu yang tidak baik maka masyarakat juga dapat berperan dalam menjaga citra PT Pertamina.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Standar idealnya program itu dengan berpaku kepada SROI dan jika RKAP (Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan) tidak sesuai maka tidak akan dilaksanakan karena anggaran dari persero. Tapi jika sifatnya charity atau amal sifatnya infrastruktur tidak akan diakomodasi jadi program itu harus sesuai, makanya kalau program awal kadang kadang biasanya masih diragukan, tapi kalau programnya sudah jalan maka akan di Akomodasi dan dijalankan.
2. Menentukan sasaran yang akan dituju untuk melaksanakan program CSR itu adalah hal yang penting dengan cara *social mapping* Dan kemudian jadikan sasaran penerima manfaat program itu ada di *social mapping*. Kalau ANDAL, UKL UPL adalah sasaran di wilayah desa atau kecamatan tapi jika penerima manfaatnya itu ada di *social mapping*. Dalam *social mapping* itu memiliki diagram *power interest*, intinya adalah penerima manfaatnya itu *base on issue* masalah yang timbul disitu. Dalam menentukan perencanaan awal, ada beberapa tahapan. Tahapan pembobotan sosial yaitu teknik pembobotan *stakeholders*, pemetaan sosial, menentukan target sasaran dengan FGD (*Focus Group Discussion*), musrembang, studi sosial, proposal yang berbentuk sponsorship dan program lanjutan.

3. Dalam proses pelaksanaan program CSR perusahaan memiliki taktik pesan yang ingin disampaikan, teknik pesan itu adalah agar masyarakat dapat percaya dan menjadi bagian dalam keluarga dari perusahaan. Saling memberi manfaat baik dari perusahaan kepada masyarakat ataupun masyarakat kepada perusahaan untuk berjalannya keberlanjutan dari operasional perusahaan. Pesan itu mengikuti dari keberhasilan program,
4. Setelah pelaksanaan, program juga perlu melakukan evaluasi untuk mengetahui bagaimana dampak yang akan terjadi, yaitu untuk mengetahui bagaimana kualitas, tujuan, sasaran, budget, kendala, dan usulan perbaikan program kegiatan. Untuk mengukur kualitas dari kegiatannya PT PERTAMINA berpaku pada SROI (*social return of investment*) yaitu merupakan sebuah pendekatan untuk mengukur dan memahami dampak keuangan di masa depan suatu perusahaan dan menghitung nilai dan kualitas konsep kegiatan.

### Daftar Pustaka

- [1] Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian : suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka. Cipta.
- [2] Budi, Hendrik. 2009. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika
- [3] Budimanta, Adi Prasetyo, Bambang Rudito. 2008. *Corporate Social Responsibility : Alternatif bagi Pembangunan Indonesia*. Jakarta: ICS.
- [4] Carrol, A.B., 1979. *A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*.
- [5] Carrol, A.B., 1991. *The Pyramid of Corporate Social Responsibility : Toward the Moral Management of Organization Stakeholders*. Business Horizons.
- [6] Lako, Andreas. 2011. *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi*. Jakarta: Erlangga.
- [7] Moleong, L.J. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif : Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [8] Radyanti, Maria Nindita. 2008. *CSR untuk Pemberdayaan Ekonomi Lokal*. Jakarta. Bussines Links
- [9] Solihin, Ismail. 2011. *Corporate Social Responsibility : From Charity to Sustainability*. Jakarta: Salema Empat.
- [10] Sugiyono. 2005. *Pemrograman Terstruktur*. Jakarta: Panji Gumilang Press.
- [11] Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [12] Chariri dan Ghozali. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [13] Darminto, Dwi Prastowo, dan Julianty Rifka. 2002. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: AMP YKPN.
- [14] Devi, Ike. 2010. "Riset sebagai Ujung Tombak Keberhasilan Program Public Relations," dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta. Volume 7, Nomor 2, Desember 2010 (hlm.171-186)
- [15] Edi, Suharto. 2009. *Pekerjaan Social di Dunia Industri : Memperkuat Corporate Social Responsibility (CSR)*. Bandung: Alfabeta.
- [16] Freeman, R. Edward, dan J.McVea. 2011. *A Stakeholder Approach to Strategic Management*.
- [17] Sukmadinata, Nana Syaodih. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- [18] Susanto, A.B. 2009. *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Erlangga.
- [19] Kartika, Dwi. 2013. *Corporate Social Responsibility : Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung: Refika Aditama.
- [20] Komaruddin. 2001. *Ensiklopedia Manajemen : Edisi kelima*. Jakarta: Bumi Aksara.

- [21] Widiantara, I Komang Agus (2022). *Ekspresi Warganet Merespon PPKM Darurat: Studi Kritis terhadap Komunikasi Publik Gubernur Bali*. Jurnal Riset Public Relation 2(2). 93-104.