

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam industri perusahaan saat ini mengalami kenaikan yang cukup pesat. Permasalahan sosial dan isu lingkungan menjadikan CSR sebagai suatu wadah yang diharapkan mampu memberikan solusi alternatif serta dorongan atau trobosan untuk menuntaskan permasalahan tersebut. Kehadiran CSR ditengah-tengah perusahaan tidak hanya berfokus untuk mengembangkan keuntungan, namun juga berperan aktif dalam pembangunan masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan. Dengan melakukan kegiatan sosial, memperluas peluang bisnis, dan meningkatkan hubungan antara pemangku kepentingan, karyawan, dan perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) membantu perusahaan mendapatkan pengakuan sosial atas operasional dan manajemen yang di lakukan (Untung, 2008:6).

Program CSR merupakan sebuah komitmen sebuah perusahaan kepada masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup dalam ruang lingkup komunitas local atau luar secara luas. Meningkatnya CSR menjadi sebuah *image* citra disuatu perusahaan dan dalam hal itu keunggulan CSR yang dinilai harus mengimplikasikan komponen strategis bagi perusahaan itu sendiri karena reputasi yang baik merupakan awal dari sebuah kemajuan bagi perusahaan. Perusahaan dalam mengimplementasi program CSR pada umumnya berbeda-beda, hal ini tergantung dengan bagaimana capaian, visi misi, kebijakan serta

budaya pada masing masing perusahaan. Salah satu indikator keberhasilan program CSR disetiap perusahaan adalah sinergi perusahaan terhadap kebutuhan masyarakat sekitar dalam menangani permasalahan dan solusi yang dapat dijadikan trobosan baru. Bowen yang dikenal sebagai “Bapak Tanggung Jawab Sosial Perusahaan” dalam bukunya 1970 mengemukakan konsep bahwa perusahaan sebagai pelaku usaha dalam menjalankan kewajibannya, mengambil keputusan atau mengikuti tindakan yang akan dilakukan berdasarkan nilai-nilai dan tujuan masyarakat.

PT. Pertamina Kilang Internasional Persero yakni sebagai bagian dari perusahaan Pertamina Group, mempunyai peran yang sangat penting dalam industri pemrosesan minyak dan gas di Indonesia serta sebagai objek vital nasional. Di era globalisasi yang berkembang saat ini, peran serta perusahaan dalam memberikan citra baik kepada masyarakat menjadi hal yang sangat penting agar kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tetap terjaga. Tentu saja ini tidak terlepas dari peran CSR dalam membranding perusahaan melalui program CSR yang di laksanakan dalam bentuk Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). TJSL menjadi wujud nyata peran pertamina ikut serta dalam menjaga sebuah kelestarian lingkungan dan menjawab persoalan permasalahan lingkungan.

Wujud nyata peran PT. Pertamina RU VI Balongan, Indramayu dalam program CSR tidak terlepas dari *Teori Triple Bottom Line* (TBL) yang dikemukakan oleh John Elkington (1997) bahwa *Triple Bottom Line* merupakan ukuran keberhasilan bisnis yang digunakan oleh perusahaan yang benar-benar

ingin meningkatkan usahanya, tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial yang ingin dicapai perusahaan. Dalam pelaksanaannya, penyelarasan program Wiralodra dengan *Theory Triple Bottom Line* tercermin dari aspek *People* tercermin dari upaya peningkatan kemampuan kapasitas pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan-pelatihan pengelolaan sampah anorganik, aspek *Planet* terlihat dari penerapan prinsip keberlanjutan lingkungan dalam bahan baku produksi yaitu menggunakan sampah plastik untuk didaur ulang menjadi bahan baku pembuatan plakat dan pernak-pernik lainnya. Sementara itu, aspek *Profit* tercermin dari peningkatan kesejahteraan ekonomi mitra binaan melalui peningkatan pendapatan hasil produksi sebesar IDR 644.444,- sampai dengan IDR 922.222,- per bulan. Dengan gagasan tersebut, banyak perusahaan yang mulai memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Guzhari Adi, 2023).

Dengan adanya konsep ini dapat memberikan pemahaman dari sudut pandang TBL bahwa CSR tidak hanya menekankan pada aspek *profit* tapi juga kedua aspek lainnya yang sangat penting yaitu *planet* dan *people*. Konsep TBL menyatakan bahwa perusahaan diharapkan mampu menyelaraskan 3 aspek tersebut dalam pelaksanaan program CSR. Teori *Triple Bottom Line* (TBL) yang menekankan 3 aspek *profit*, *people*, dan *planet* dapat diintegrasikan ke dalam model pelaksanaan program CSR yaitu perencanaan (*planning*), implementasi, dan monev (monitoring dan evaluasi). Acuan tersebut merupakan acuan yang digunakan pada standart internasional.

Permasalahan lingkungan, khususnya sampah marak terjadi di lingkungan masyarakat. Dalam menghadapi permasalahan tersebut, Program

Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan (TJSL) PT. Pertamina bersinergi dalam melaksanakan Program Sampah Kita yang berhasil menghasilkan nilai manfaat hingga 644 juta per tahun dan memberikan lebih dari 48 ribu manfaat di masyarakat sekitar PT. Pertamina. Pertamina berkomitmen untuk dapat mencapai target dalam partisipasinya menjaga sosial lingkungan dalam pengurangan sampah sebesar 30% dan penanganan atau pengolahan sampah sebesar 70%. Berdasarkan data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) dalam penginputan Timbulan Sampah pada tahun 2024 dari 31 kabupaten se-indonesia menunjukkan angka sebanyak 33,621,230.59 ton per tahun, kemudian data timbulan sampah di Kabupaten Indramayu pada tahun 2024 menunjukkan angka 414,835.78 ton per tahun.

Isu lingkungan tersebut mendapatkan perhatian khusus dari CSR PT. Pertamina Refinery Unit VI Balongan sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan dan pemberdayaan masyarakat. Strategi *Corporate Social Responsibility* yang dibentuk dirancang agar dapat sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan mendukung peningkatan pemberdayaan masyarakat. Salah satu Mitra Binaan Program Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) yang bernama WIRALODRA (Wilayah Masyarakat Pengelola Daur Ulang Sampah) menjadi trobosan baru yang dapat memberikan rasa kepedulian terhadap isu lingkungan hingga tercapai tujuan utama yaitu indonesia bersih sampah 2025.

WIRALODRA merupakan salah satu mitra binaan CSR Pertamina Refinery Unit VI Balongan yang berlokasi di Desa Balongan, Indramayu, Jawa barat. Di inisiasi sejak tahun 2017 hingga saat ini 2024 memberikan dampak

positif bagi masyarakat sekitar dan internal perusahaan pertamina persero. Berawal dari kesadaran lingkungan atas permasalahan sampah yang terjadi khususnya sampah botol plastik. Selama 6 tahun berdiri, WIRALODRA dalam sejarahnya, pada tahun 2020 mendapatkan apresiasi gelar *Gold* pada acara *Global CSR Award International* dalam kategori *Best Enviromental Excellence Award*. Produk yang dihasilkan berupa pengolahan limbah botol plastik yang diubah menjadi bahan baku pembuatan plakat, aksesoris gelang, gantungan kunci yang memiliki nilai jual tinggi. Salah satu tujuan utama program CSR mitra binaan adalah untuk menuju kelompok/komunitas yang mandiri setelah di bina oleh perusahaan pertamina. Namun dalam pelaksanaannya, dinamika dan karakteristik masyarakat menjadi salah satu hambatan dalam proses pelaksanaan Program CSR Wiralodra

Program CSR WIRALODRA PT Pertamina Refinery Unit VI Balongan, Indramayu masih menghadapi sejumlah tantangan, seperti konflik internal dan rendahnya partisipasi masyarakat di luar kelompok, yang mengakibatkan respon kurang optimal dari sebagian masyarakat. Kondisi ini menjadi perhatian untuk perbaikan berkelanjutan dan evaluasi tahunan dalam pelaksanaan program CSR Pertamina. Meskipun fokus utamanya adalah program TJSL (Tanggung Jawab Sosial Lingkungan) namun yang terjadi dilapangan partisipasi masyarakat di luar kelompok, pemahaman masyarakat tentang kepedulian lingkungan dan sosial masih rendah.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gofir (2023) terkait pengaruh CSR dalam keberdayaan masyarakat balongan belum memberikan spesifikasi objek penelitian pada program CSR, sehingga pada penelitian ini peneliti ingin memberikan spesifikasi langsung terkait salah satu program mitra binaan CSR PT. Pertamina RU VI Balongan. Sehingga peneliti tertarik ingin mengulik terkait dengan bagaimana citra perusahaan terhadap mitra binaan CSR Wiralodra yang di indikasikan terdapat hambatan program WIRALODRA sehingga mengakibatkan kurangnya partisipasi masyarakat balongan menggunakan pendekatan *Theory Triple Bottom Line*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah penelitian di atas maka rumusan masalah dari peneliti adalah bagaimana citra perusahaan CSR PT. Pertamina Refinery Unit VI Balongan pada Mitra Binaan Wiralodra.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah adalah untuk mengetahui “*Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Pertamina Refinery Unit VI Balongan Indramayu dalam membangun citra perusahaan pada Mitra Binaan WIRALODRA.*

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, peneliti berharap dapat memberikan manfaat diantaranya;

1. Manfaat Akademik

Penelitian ini dapat menjadi media referensi untuk penelitian selanjutnya yang membahas tentang Program CSR PT. Pertamina dalam membangun citra perusahaan disertai dengan spesifikasi pada objek penelitian.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis berdasarkan topik penelitian diatas adalah dapat digunakan untuk memberikan informasi mengenai program WIRALODRA *Corporate Social Responsibility* CSR/TJSL PT. Pertamina Balongan dalam mengatasi permasalahan lingkungan, khususnya sampah di sekitar perusahaan kepada khalayak umum.

E. Fokus Penelitian

Fokus penelitian penting bagi peneliti didasarkan pada studi kualitatif terbatas untuk memilih apakah data relevan dengan penelitian berdasarkan tingkat keaslian informasi yang diperoleh dari konteks sosial lapangan. Penelitian ini difokuskan pada “*Corporate Social Responsibility* PT. Pertamina *Refinery Unit* VI Balongan Dalam Membangun Citra Perusahaan Pada Mitra Binaan Wiralodra.

F. Kajian Pustaka

1. Penelitian Sebelumnya

Tabel 1. 1
Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian dan Sumber	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Abdul Gofir	Pengaruh Eksternal Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) PT. Pertamina Unit VI Balongan Terhadap Pemberdayaan Masyarakat Desa Balongan Kecamatan Balongan Kabupaten Indramayu.	Disimpulkan bahwa penelitian tersebut berpengaruh positif dan signifikan berdasarkan uji regresi linear sederhana, sehingga Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) PT. Pertamina Unit VI Balongan berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat di Desa Balongan	Perusahaan PT. Pertamina Unit VI Balongan Indramayu yang menerapkan program-program CSR	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Kemudian pada objek penelitian ini menyeluruh terhadap semua program CSR, sedangkan peneliti hanya fokus pada salah satu program CSR yaitu Mitra Binaan Wiralodra
2.	Anasthasia, Linda Islami	Strategi <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. IDS Medical System Indonesia dalam membangun citra Perusahaan	Hasil dari penelitian ini bahwa Tanggung Jawab Sosial perusahaan dalam membangun citra perusahaan melalui aplikasi Program KREKI	Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif	Penelitian ini memiliki objek perusahaan yang bergerak pada solusi rantai pasokan medis terintegrasi di Asia, sedangkan

		melalui Program KREKI (Komunitas Relawan Emergensi Kesehatan Indonesia)	(Komunitas Indonesia untuk Relawan Emergensi Kesehatan Indonesia) sesuai dengan konsep CSR tersendiri dari <i>Community Development</i> dan Pengembangan <i>Relations</i>		peneliti memilih objek perusahaan yang bergerak pada bidang pemrosesan minyak dan gas di Indonesia.
3.	Maura Salsabila, Dr. Amalia Djuwita	Strategi <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Pertamina EP terhadap peningkatan citra perusahaan melalui koperasi Mina Agar Makmur di Tambun	Hasil dari Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dalam membentuk suatu kegiatan Koperasi Agar Makmur sangat dibutuhkan penyusunan dan perencanaan Strategi <i>Corporate Social Responsibility</i> secara baik dan efektif dan terprogram sehingga program koperasi memberikan dampak yang sangat signifikan bagi masyarakat. Dengan keberhasilannya akan meningkatkan citra	Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi	Penelitian ini menggunakan Teori Strategi CSR Oliver Laasch (2010), sedangkan peneliti menggunakan Teori <i>Triple Bottom Line</i>

			perusahaan, <i>good image</i> , dan kepercayaan masyarakat kepada PT. Pertamina EP		
--	--	--	--	--	--

2. Kerangka Teori

Berikut merupakan kerangka teori yang peneliti gunakan dalam penelitian ini :

a. Pengertian *Public Relations* (PR)

Public Relations (PR) adalah komponen penting dari sebuah perusahaan untuk mengorganisir, mengelola, dan bertanggung jawab atas keberhasilan atau kegagalan perusahaan. *Public Relations* menjaga dan menjalin hubungan baik dengan pihak eksternal dan *stakeholder* perusahaan.

Peran *Public Relations* suatu perusahaan tidak hanya membantu meningkatkan reputasi perusahaan, tetapi juga membantu mempersiapkan lingkungan kerja yang nyaman, baik dalam kondisi normal maupun sedang dalam perubahan (Wasesa, 2006). Disesuaikan dengan peran dan fungsi suatu perusahaan, *public relations* berfungsi sebagai komunikator yang mewakili perusahaan untuk menyampaikan pesan atau informasi ke *stakeholders* (Filayly & Ruliana, 2022). Hubungan *Public Relations* dengan *stakeholders* publik sangat penting, karena perusahaan tidak dapat berfungsi tanpa kerja sama dengan perusahaan atau *stakeholders* lain. Berkenaan

dengan itu, seorang *public relations* perlu menjalankan strategi program kerja untuk perusahaan untuk mencapai tujuan dan terarah sesuai dengan strategi perusahaan yang di inginkan (Sartika & Rachmat, 2023)

b. Pengertian Citra

Citra dan reputasi merupakan 2 (dua) unsur yang selalu melekat pada setiap objek, termasuk manusia, organisasi ataupun produk (Mallappiang, 2023). Citra merupakan gambaran yang terbentuk dalam pola pikiran dan benak di masyarakat tentang individu, perusahaan, organisasi dan produk. Menurut Kotler, citra adalah respon masyarakat yang selalu dikaitkan dengan kepercayaan. Sementara itu, Nguyen dan Le Blanc mendefinisikan citra perusahaan adalah keseluruhan kesan yang tertanam dalam benak publik.

Oleh karena itu, citra menjadi aset penting bagi sebuah perusahaan yang perlu di upayakan dan dijaga kelestariannya. Citra tidak dapat di rekayasa, melainkan terbentuk dari persepsi masyarakat. Pentingnya komunikasi dan keterbukaan menjadi kunci ideal dalam membangun citra positif di mata masyarakat.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia citra didefinisikan sebagai : (1) kata benda yang berarti gambar, rupa, gambaran; (2) gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi. Perusahaan, organisasi, yayasan atau produk; (3) kesan mental yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat. Citra di anggap sangat

berpengaruh terhadap kredibilitas suatu perusahaan. Citra harus bernilai positif karena citra merupakan garda pertama aset suatu perusahaan yang harus di jaga.

Dalam industri *Public Relation* (PR) citra merupakan komponen utama yang berperan penting dalam membangun reputasi perusahaan melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dalam pelaksanaannya, implementasi program CSR dikendalikan oleh seorang *Public Relations* (PR) dalam upaya mencapai tujuan dengan meyakinkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.

c. Ruang Lingkup *Community Relations*

Community Relations di definisikan sebagai salah satu bagian dari *Public Relations*, bentuk dari tanggung jawab sosial Perusahaan. Dalam perkembangan industri *Public Relations* diharapkan mampu menjembatani perusahaan dalam merelalisasikan bentuk tanggung jawab sosial perusahaannya. Oleh karena itu, peran dan fungsi public relation bagian dari *Community Relations* tidak hanya sebatas di ruang lingkup menjamin hubungan baik dengan eksternal perusahaan namun dituntut untuk menggali hingga menggerakkan kegiatan masyarakat disekitar perusahaan (Moree 2002:19).

Hal yang harus dilandasi dalam konsep *Community Relation* adalah sikap saling peduli yang dibangun pada pihak komunitas dan pihak perusahaan agar terciptanya dukungan sosial kemanusiaan. Urgensinya adalah dapat menciptakan keuntungan dari

kedua belah pihak yang akan menjadikan kesadaran komunitas untuk jangka panjang dalam membina lingkungannya (Mardhiyani ; 2021)

d. Pengertian *Stakeholders*

Pemangku kepentingan atau *stakeholder* dalam sebuah perusahaan diartikan sebagai orang yang mempunyai kepentingan dan berperan dalam mengimplementasikan program dari perusahaan tersebut. *Stakeholder* adalah individu, kelompok baik laki-laki ataupun perempuan yang mempunyai kepentingan, terlibat dan berpengaruh (*postive atau negative*) dalam suatu proses kegiatan perusahaan/organiasi (Hertifah 2003:29).

Perusahaan akan dipandang baik oleh *stakeholder* terutama masyarakat disekitar perusahaan sehingga, mendapatkan ijin untuk dapat melangsungkan program operasional perusahaan. *Stakeholder Theory* dianggap penting dalam suatu bisnis, karena dituntut tidak hanya mementingkan kepentingan eksternal saja, namun juga peduli terhadap manajemen internal (karyawan, konsumen, masyarakat) (Darmawan & Sudana ; 2022)

Madona & Khafid (2020) dalam pandangannya bahwa kesinambungan *stakeholder* dengan perusahaan dibuktikan dengan semakin besar perusahaannya, maka akan semakin berpotensi besar disorot oleh *stakeholder*. Oleh karena itu perusahaan mengupayakan implementasi yang besar dalam rangka menyelaraskan nilai-nilai sosial dengan norma yang berlaku di masyarakat. *Stakeholder* di

lingkungan eksternal perusahaan secara langsung ataupun tidak langsung akan memberikan pengaruh terkait isu-isu ataupun kejadian sosial.

e. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah pendekatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan mempertimbangkan seluruh aspek pemangku kepentingan, termasuk lingkungan, masyarakat, karyawan, dan komunitas disekitar perusahaan. CSR telah diatur dalam Peraturan Pemerintah tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan Perseroan Terbatas Nomor 47 Tahun 2012 Pasal 2 Ayat (1) bahwa “Setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan” serta pasal 3 Ayat (1) bahwa “Tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dimaksud pada pasal 2 menjadi kewajiban bagi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. Undang-undang tersebut memberikan pernyataan bahwa CSR mengharuskan pelaku perusahaan perseroan terbatas untuk memprioritaskan tidak hanya keuntungan tetapi juga kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan (Nabilla & Hamid, 2021).

Dalam pelaksanaannya untuk memperoleh citra perusahaan yang baik, kuat, dan positif yaitu dengan mengimplementasikan pendekatan CSR melalui 3P (Pendekatan) menurut *Global Compact*

Initiative 2002 yang dikutip oleh Afriani, et al. Diantaranya Pendekatan Keuntungan, Manusia, dan Lingkungan. Melalui 3 Pendekatan ini perusahaan memiliki kesadaran penuh dengan aktif mempromosikan kesejahteraan masyarakat, aktif berkontribusi dalam pemanfaatan lingkungan dan aktif dalam mengembangkan dan memajukan berdasarkan pertimbangan kesejahteraan manusianya (Afriani, Antong & Usman. 2023).

World Bussines Council dalam pembangunan berkelanjutan mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai janji organisasi bertindak secara moral dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, sehingga meningkatkan standar hidup pekerja dan keluarga mereka serta komunitas lokal (Totok, 2014:93). Kegiatan CSR merupakan wujud komitmen dari perusahaan dalam menaati peraturan per undang-undangan dengan fokus menjaga kesejahteraan masyarakat hingga pelestarian lingkungan dan ekonomi.

CSR memiliki sifat keberlanjutan (*sustainability*) sesuai aturan per undang-undangan indonesia dalam pasal 15 huruf b UUPM dan pasal 74 UUPM yang menegaskan CSR sebagai kewajiban perseroan perusahaan, kemudian dalam ketetapan UU No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang keharusan Perseroan Terbatas melakukan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

f. Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Unang Mulkan (2012;250) menjelaskan tujuan *Corporate Social Responsibility* dalam pelaksanaannya dan menyangkut beberapa hal diantaranya *legal aspect, social investmen, corporate strategy dan risk management*. Soedantono (2022) dengan memungkinkan bisnis untuk bertindak secara sosial dan mengurangi risiko bisnis, ISO 26000 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dapat membantu bisnis, masyarakat, dan pemerintah, menjaga dan meningkatkan reputasi serta citra organisasi sehingga kesempatan membuka peluang pasar lebih luas, mengurangi dampak pembuangan limbah, dan memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.

Salah satu tujuan tanggung jawab sosial lingkungan atau TJSJ yang juga dikenal sebagai tanggung jawab perusahaan (CSR) adalah memperhatikan kondisi sosial dan lingkungan (berorientasi sosial) sebagai bagian dari operasinya. Sehingga aktivitasnya dapat berjalan secara berkesinambungan dengan lingkungan dan memiliki hubungan baik dengan para pemangku kepentingan atau *stakeholder* di ruang lingkup eksternal (Susanto 2007:28)

Bisnis, masyarakat dan pemerintah merupakan semua elemen yang mendapatkan manfaat dari *Corporate Social Responsibility* (CSR). Manfaat bagi organisasi bisnis termasuk kondisi lingkungan yang lebih baik, citra perusahaan, sosial yang lebih baik, dan peningkatan kinerja karyawan. Bagi masyarakat, CSR berkontribusi

pada peningkatan kualitas hidup dengan kebijakan-kebijakan perusahaan yang berdampak pada keberlanjutan hidup masyarakat sekitar. Dari perspektif pemerintah, manfaatnya termasuk dukungan pembiayaan, sarana dan prasarana, serta pengembangan keahlian (Khoirunnisa & Muhammad, 2022)

g. Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility*

Ruang lingkup *Corporate Social Responsibility* berawal dari praktik komunikasi dua arah (*two ways communications*) antara perusahaan dengan pihak luar (Rahman, 2009:29). Proses menjalankan program CSR oleh perusahaan bersifat orientasi dari dalam ke luar, sehingga sebelum menjalankan kegiatan CSR yang bersifat *discretionary* atau *voluntary*, terlebih dahulu mentaati kepatuhan dan membenahi segala peraturan perusahaan terhadap hukum.

Ruang lingkup tanggung jawab sosial mencakup; tanggung jawab dasar (*basic responsibility*) yang mencakup keadaan yang dihasilkan oleh perusahaan, dan tanggung jawab organisasi (*organizational responsibility*) yang mencakup kegiatan tanggung jawab perusahaan terhadap sasaran pemangku kepentingan yang terlibat.

Perusahaan dapat menjalankan berbagai program tanggung jawab sosial (CSR) yang fokusnya beragam, meliputi masyarakat, lingkungan, karyawan, dan pemerintah beserta program-program pendukungnya. Contoh kegiatan CSR dalam pengembangan

masyarakat atau komunitas adalah membangun infrastruktur atau layanan publik, membuka lapangan kerja, dan memberikan beasiswa kepada anak-anak kurang mampu. Kemudian, melaksanakan kegiatan CSR yang berfokus pada lingkungan sangatlah krusial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan berbagai upaya, seperti menjaga kelestarian lingkungan dari pencemaran, melakukan penghijauan hutan, mendukung gerakan ramah lingkungan, dan menerapkan program daur ulang dari sampah. (Rahayu, 2023).

Salah satu mekanisme tata kelola perusahaan yang akan melibatkan perhatian pemangku kepentingan (*stakeholders*) terhadap komponen sosial dan lingkungan masyarakat adalah CSR sendiri yang tidak hanya menguntungkan satu pihak, namun kedua belah pihak secara adil. Semua kegiatan CSR mengedepankan akuntabilitas dan transparansi dalam pelaksanaan kegiatan CSR untuk menghindari kerugian bagi pihak manapun. Sasaran program CSR harus beragam dan sesuai dengan target yang ingin dicapai. Hal ini mencerminkan tanggung jawab besar perusahaan terhadap lingkungan sosial, termasuk di sekitar perusahaan.

h. Program *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) dalam menjalankan kegiatan programnya didasarkan pada suatu kebijakan masing-masing perusahaan. Sen dan Bhattacharaya (2001:226) mengelompokkan ada

enam pokok yang termasuk dalam *Corporate Social Responsibility* :

- 1) *Community Support* Mendukung setiap program yang berhubungan dengan isu pendidikan, kesehatan, kesenian dan lain sebagainya.
- 2) *Diversity* diartikan sebagai kebijakan perusahaan untuk tidak membedakan konsumen dan calon pekerja dalam hal gender, fisik atau ras-ras tertentu.
- 3) *Employee Support* merupakan bentuk perlindungan kepada tenaga kerja, insentif atau berupa penghargaan serta jaminan keselamatan dalam bekerja.
- 4) *Environment* dalam menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan aman, mengelola limbah lingkungan dengan baik dan *sustainable* hingga menciptakan produk-produk ramah lingkungan guna mencapai *zero waste*.
- 5) *Non-U.S Operations* Perusahaan bertanggung jawab untuk memberikan pengakuan hak yang sama bagi semua lapisan masyarakat untuk mendapatkan kesempatan kerja dengan membuka pabrik di luar negeri (*abroad operations*).

Program CSR dalam pelaksanaannya diperlukan beberapa kondisi yang akan menjamin terlaksananya kegiatan dengan baik dan terukur. Ismail Solihin (2011:145-146) menjabarkan kondisi sebagai berikut :

- 1) Implementasi mendapatkan dukungan dari manajemen pusat dan keberlanjutan program.

- 2) Pola hubungan (*relationship*) diantara pihak-pihak yang terlibat dengan jelas.
- 3) Program dapat memberikan efek hubungan jangka panjang terhadap objek dan masyarakat.

i. Indikator Keberhasilan *Corporate Social Responsibility*

Indikator keberhasilan program CSR sangat penting untuk memastikan bahwa program CSR berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan Perusahaan. Dengan indikator yang tepat, Perusahaan dapat memonitor dan mengevaluasi kemajuan program CSR dan melakukan penyesuaian yang diperlukan agar program CSR lebih efektif dan berkelanjutan. Pengukuran keberhasilan Program *Corporate Social Responsibility* berdasarkan metode *Global Reporting Initiative ISO 26000* yaitu:

- 1) Indikator kinerja ekonomi mencakup kinerja ekonomi, dampak ekonomi tak langsung.
- 2) Indikator kinerja lingkungan meliputi air, energi, keberagaman hayati, emisi, limbah dan sampah.
- 3) Indikator kinerja sosial terdiri dari produk dan layanan, kepatuhan, transportasi dll.
- 4) Indikator kinerja praktik kerja diantaranya ketenagakerjaan, hubungan manajemen, kesehatan dan keselamatan kerja, pendidikan dan pelatihan, keragaman dan kesempatan yang setara, numerasi kesetaraan laki-laki dan perempuan.

5) Indikator kinerja kemasyarakatan berupa komunitas lokal, kebijakan publik, perilaku anti kompetitif, kepatuhan, pemasaran, dan privasi pelanggan kepatuhan (Annisa Bela Elvadri, 2023) (Sari, 2020)

j. *Theory Triple Bottom Line* (TBL)

Dalam konteks CSR, Teori *Triple Bottom Line* (TBL) yang diusulkan oleh John Elkington (1977) melalui bukunya "*Cannibals with Fork, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*" memuat istilah *profit*, *people* dan *planet*. Setiap institusi yang ingin usahanya dapat berjalan berkelanjutan harus memperhatikan "3P" atau TBL. Perusahaan tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga melihat dan terlibat langsung dalam memenuhi kesejahteraan masyarakat sekitar (*people*) dan berpartisipasi dalam melindungi lingkungan & alam (*planet*) (Ardhiansyah & Pramelani, 2021).

Menurut Edi Suharto (2009) dalam Fushshilat (2022) memberikan penjelasan mengenai formula 3P, yaitu sebagai berikut:

1) *Profit*

Pencarian keuntungan adalah komponen dasar dari operasi sebuah bisnis, akan menjadi penting karena akan mempengaruhi perkembangan perusahaan tersebut.

2) *People*

Salah satu faktor yang perlu diperhitungkan adalah masyarakat, bisnis perusahaan harus fokus pada keadilan

sosial dan kesejahteraan saat menjalankan operasinya.

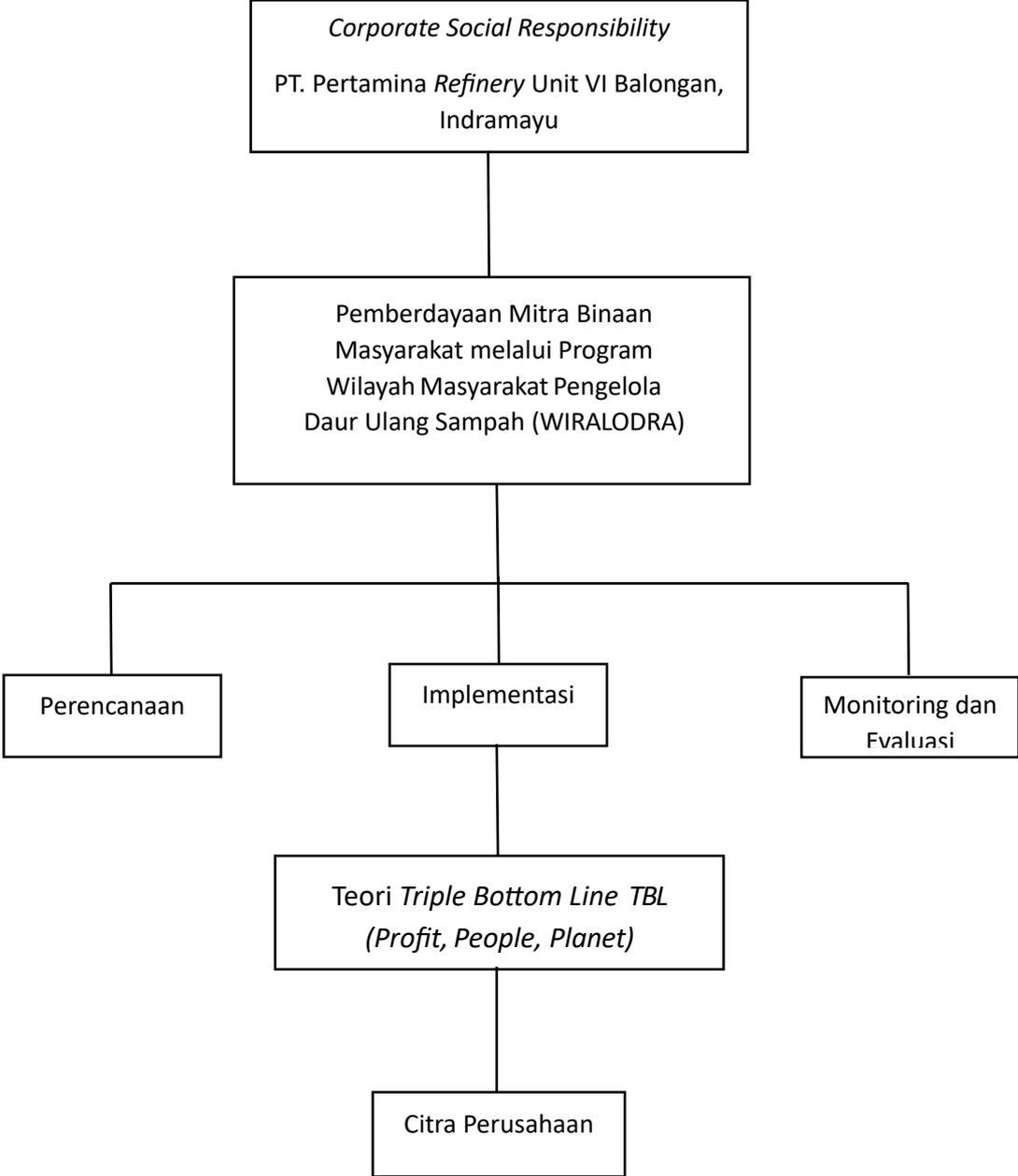
3) *Planet*

Faktor lain yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan saat menjalankan operasinya adalah lingkungan. Karena fokus perusahaan dalam wilayah operasinya yaitu pada pelestarian keberlanjutan lingkungan dan menghindari eksploitasi dunia alam hanya untuk keuntungan saja.

Konsep ini muncul dari tuntutan masyarakat tentang bagaimana perusahaan seharusnya berperilaku dari peristiwa sosial dan lingkungan di area mereka hingga menghasilkan gagasan *Teori Triple Bottom Line* (Rosyidah, 2017). Konsep ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berusaha untuk menghasilkan keuntungan moneter. Kepedulian ini, tidak hanya membantu masyarakat dan sekitar, tetapi juga melindungi perusahaan dari konflik yang dapat berdampak negatif pada pendirian perusahaan dan aktivitas di dalamnya (Haryanti, 2021)

G. Kerangka Pemikiran

Bagan 1. 1 Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Penelitian dengan metode deskriptif kualitatif menggambarkan secara sistematis karakteristik, proses atau makna suatu fenomena berdasarkan data kualitatif, seperti wawancara, observasi dan dokumentasi. Pendekatan penelitian kualitatif berawal dari asumsi dasar bahwa manusia sebagai makhluk bebas dan independen dan dapat menciptakan realitas sendiri secara kreatif (Iskandar : 2022). Dengan lebih fokus pada upaya-upaya makna terhadap suatu fenomena pada suatu konsep yang digali lebih dalam.

Metode penelitian kualitatif, yaitu suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan atau menganalisa fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, kepercayaan, persepsi, pemikiran secara individual ataupun kelompok (Sugiyono : 2017). Memahami fenomena sosial atau gejala melalui penelitian deskriptif dalam bentuk representasi verbal yang ringkas dari fenomena atau peristiwa sosial adalah tujuan utama penelitian kualitatif, yang pada akhirnya mengarah pada sebuah teori (Sujarweni : 2014:19)

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dalam memecahkan masalah sosial dan menggali citra perusahaan dengan metode deskriptif kualitatif Di Desa Balongan Mitra Binaan WIRALODRA PT. Pertamina RU VI Balongan, Indramayu, Jawa Barat.

2. Lokasi/Objek Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan di laksanakan pada Fungsi/Departemen Communications Relations & CSR, Gedung Exor PT. Pertamina *Refinery* Unit VI Balongan, Indramayu, Jawa Barat dan di Mitra Binaan WIRALODRA Di Desa Balongan, Indramayu, Jawa Barat.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah Program CSR pada Mitra Binaan WIRALODRA di Desa Balongan, Indramayu, Jawa Barat.

3. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan selama 6 (enam) bulan, pada bulan Desember – Mei 2025.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu :

a. Observasi

Observasi merupakan teknik atau cara yang digunakan dengan mengumpulkan data melalui pengamatan peneliti terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Peneliti mengamati bagaimana aktivitas yang terjadi di lokasi penelitian. Pada penelitian ini menggunakan jenis observasi partisipasi lengkap, peneliti sepenuhnya terlibat dalam berbagai hal yang terjadi pada saat di lokasi.

b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu metode yang digunakan untuk mendapatkan jawaban dari responden atau narasumber terhadap suatu topik yang peneliti kaji. Jenis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur. Hal ini berfungsi untuk menggali potensi-potensi yang ada pada topik penelitian baik potensi positif ataupun negatif yang dapat dikembangkan selanjutnya.

Wawancara akan dilakukan kepada :

1) Manager *Communications Relations & CSR* : Zulkifi

Sebagai Manager *Communications Relations & CSR* yang memiliki kewenangan dalam kebijakan program-program CSR PT. Pertamina RU VI di Desa Balongan, Indramayu.

2) Pimpinan CSR I *Officer* = Andromedo Cahyo Purnomo

Sebagai pimpinan CSR yang mengawasi implementasi program kerja CSR PT. Pertamina RU VI Balongan.

3) *Community Development Officer* (CDO) CSR WIRALODRA = Azizu

Sebagai pendamping mitra binaan yang bertanggung jawab dalam hal teknis pelaksanaan program serta untuk mengetahui hambatan-hambatan yang diterjadi di lapangan dan indikator keberhasilan program CSR tersebut.

4) Ketua Pelaksana Program WIRALODRA = Matori

Untuk menggali informasi umum lebih lanjut tentang cakupan,

tantangan yang dihadapi dalam sudut pandang masyarakat.

5) Anggota WIRALODRA

Untuk menggali informasi umum lebih lanjut tentang cakupan, tantangan yang dihadapi dalam sudut pandang masyarakat

c. Dokumentasi

Dokumentasi dalam teknik pengumpulan data berfungsi sebagai rekam jejak tertulis yang di tuangkan dalam catatan, buku, surat kabar, foto. Dokumentasi sebagai data pelengkap peneliti selain wawancara dan observasi dalam penelitian kualitatif. Peneliti menggunakan dokumentasi dalam bentuk foto, kliping media dan literatur yang membahas tentang program CSR WIRALODRA.

5. Teknik Analisis Data Kualitatif

a. Reduksi Data

Tahap awal yang dilakukan adalah dengan reduksi data dengan memperoleh tema-tema atau klasifikasi hasil dari penelitian. Dengan melalui proses pemilihan pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan data kasar yang muncul dari berbagai catatan yang muncul di lapangan. Reduksi data bertujuan untuk menajamkan, mengarahkan dan membuang atau memilih data yang dirasa kurang diperlukan dalam penelitian.

Hasil wawancara peneliti diolah menjadi teks deskriptif dalam bentuk percakapan asli tanpa mengurangi atau menambahkan kata. Pada tahap ini, peneliti harus teliti dalam membaca keseluruhan teks

deskriptif dan memilih yang penting dan tidak penting dengan memberikan tanda-tanda sebagai pembeda.

b. Penyajian Data (*data display*)

Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya yang memudahkan peneliti dalam melaksanakan analisis data selanjutnya. Dengan menggunakan penyajian data berupa text naratif, *grafik, matriks, network dan chart*.

c. *Conclusion Drawing/Verifications*

Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan penelitian merupakan hal yang penting agar peneliti, dan masyarakat luas mengetahui hasil dari fenomenologi yang diteliti mahasiswa. Hasilnya dapat berupa sebuah temuan baru berupa gambaran atau deskripsi objek sebelumnya yang belum jelas. Kesimpulan bersifat sementara dan dapat berubah jika peneliti lain mendapatkan bukti-bukti pendukung valid yang dapat merubah hasil penelitian ini.

6. Teknik Validasi Data Kualitatif

Validasi atau validitas data memberikan bukti bahwa topik yang di amati oleh peneliti sesuai dengan keadaan asli di lapangan dan penjelasan yang diberikan oleh para ahli sesuai dengan yang sebenarnya terjadi. Validitas dibedakan menjadi dua yaitu, validitas internal dan validitas eksternal. Validitas internal adalah ukuran suatu kebenaran data yang diperoleh dengan cara instrumen yang sebenarnya. Sedangkan validitas Eksternal dilakukan dengan cara generalisasi, dengan dirumuskan bagi

kasus-kasus di luar penelitian yang di amati. (Ardianto, 2010:195)

Untuk membuktikan keabsahan data data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teknik Triangulasi sumber, dalam pengujian kredibilitas sebagai teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan bermacam- macam waktu. (Sugiyono, 2016:372).

a. Tringulasi Sumber

Dengan membandingkan data hasil observasi dengan hasil wawancara, membandingkan pernyataan publik dan pribadi, membandingkan pernyataan yang dibuat dari waktu ke waktu mengenai situasi penelitian, membandingkan kondisi dan perspektif individu dengan pendapat dan pandangan berbeda dari orang-orang seperti warga biasa, orang dengan tingkat pendidikan rendah, menengah, dan tinggi, serta orang-orang di pemerintahan, dan kemudian membandingkan hasil wawancara dengan dengan isi dokumen yang relevan atau berkaitan dengan penelitian.