

**MODEL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DI SEKITAR WILAYAH KERJA
PERUSAHAAN MIGASJOB PERTAMINA TALISMAN (OK) LTD.
KABUPATEN OGAN KOMERING ULU PROVINSI SUMATERA SELATAN**

¹Bomantara Zaelani

¹Mahasiswa Pasca Sarjana Universitas Sriwijaya

Email : bomantara.zaelani@gmail.com

Received : December 2015; Accepted April 2016 ; Published May 2016

Abstract

Corporate Social Responsibility or CSR lately become increasingly hot topic discussed. Many companies do not succeed or fail in carrying out CSR programs are one indicator is the number of complaints or protests from people around the operation areas of the company. This failure caused a lot of election CSR activities are not appropriate. Before undertaking CSR activities, the company must perform mapping the needs of the targeted community activities then disseminate to the CSR activities will be conducted. Selection of CSR activities to be undertaken must be based on the principles of CSR that help engage the community and sustainable In the election of CSR activities in addition to mapping the needs of society, considered also the community's ability to run these activities and CSR activities that will be carried out can result in the not too long. It's menumbuhkan trust and the community's ability to run CSR programs conducted with the company. At the start of the company's CSR activities should help activities from upstream to downstream and slowly help or participation of the company minus. At the beginning of activity of the company is the driving force of activities and is slowly turning into a supervisory activity undertaken CSR Program

Keywords , CSR , mapping needs , community Capabilities

Abstrak

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* atau CSR akhir- akhir ini makin menjadi topik yang hangat dibicarakan. Banyak perusahaan yang tidak berhasil atau gagal dalam menjalankan program CSR yang salah satu indikatornya adalah banyaknya komplain atau protes masyarakat di sekitar daerah operasi perusahaan. Kegagalan ini banyak disebabkan karena pemilihan kegiatan CSR yang tidak tepat. Sebelum melakukan Kegiatan CSR, perusahaan harus melakukan pemetaan kebutuhan dari masyarakat yang menjadi sasaran kegiatan kemudian melakukan sosialisasi untuk kegiatan CSR yang akan dilakukan. Pemilihan kegiatan CSR yang akan dilakukan harus didasarkan pada prinsip CSR yaitu bantuan yang melibatkan masyarakat dan berkelanjutan Dalam pemilihan kegiatan CSR selain melakukan pemetaan kebutuhan masyarakat, dipertimbangkan juga kemampuan masyarakat dalam menjalankan kegiatan tersebut dan juga kegiatan CSR yang akan dilakukan dapat menghasilkan dalam waktu yang tidak terlalu lama. Ini untuk menumbuhkan kepercayaan dan kemampuan masyarakat dalam menjalankan program

CSR yang dilakukan bersama perusahaan. Disaat awal Kegiatan CSR perusahaan harus membantu kegiatan dari hulu sampai ke hilir dan secara perlahan bantuan atau peran serta perusahaan dikurang. Diawal kegiatan perusahaan yang menjadi motor penggerak kegiatan dan secara perlahan lahan beralih menjadi pengawas kegiatan Program CSR yang dijalankan.

Kata kunci : CSR, Pemetaan kebutuhan, Kemampuan masyarakat

PENDAHULUAN

Beberapa masalah yang timbul antara perusahaan dan masyarakat disekitar daerah operasi perusahaan sebagian di picu oleh kurang pedulinya perusahaan terhadap masalah sosial dan lingkungan yang ada di sekitar daerah operasinya, Perusahaan harus sudah dapat memasukkan sisi kepedulian terhadap lingkungan dimana perusahaan beroperasi. Lingkungan dalam hal ini adalah masyarakat dan lingkungan alam di sekitar daerah operasi. Kepedulian ini tidak hanya dalam bentuk pemenuhan permintaan masyarakat sekitar perusahaan untuk dana kegiatan tapi perusahaan juga sudah harus mulai merencanakan kepedulian terhadap masyarakat dalam bentuk perberdayaan masyarakat. dan lebih jauh lagi adalah kepedulian terhadap lingkungan alam yang berada di sekitar daerah operasi.

Konsep dasar yaitu membina hubungan yang baik dan saling menguntungkan antara perusahaan dengan lingkungan dimana perusahaan beroperasi, inilah yang menjadi Konsep dasar dari *Corporate Social Responsibility* atau yang kita kenal dengan CSR sekarang ini

Istilah CSR di Indonesia semakin populer digunakan sejak tahun 1990 an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan CSA (*Corporate Social Activity*) atau aktivitas sosial perusahaan. Walaupun tidak menamainya sebagai CSR, secara fakta dilapangan aksinya mendekati konsep CSR yang merepresentasikan bentuk peran serta dan kepedulian perusahaan terhadap sisi

sosial dan lingkungan. Melalui konsep investasi sosial perusahaan, sejak tahun 2003 Departemen Sosial merupakan salah satu lembaga pemerintah yang aktif dalam mengembangkan konsep CSR dan melakukan sosialisasi kepada berbagai perusahaan nasional.

Kepedulian sosial perusahaan terutama didasari alasan bahwa kegiatan perusahaan membawa dampak (*for better or worse*), bagi kondisi lingkungan dan sosial-ekonomi masyarakat, khususnya di sekitar daerah operasi perusahaan. Selain itu, posisi pemilik perusahaan bukan hanya shareholders atau para pemegang saham saja melainkan juga sebagai *stakeholders*, yakni pihak-pihak yang berkepentingan terhadap keberadaan atau kelangsungan perusahaan. Jenis dan prioritas stakeholders relatif berbeda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, tergantung pada core bisnis perusahaan yang bersangkutan.

Salah satu bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan yang sering diterapkan di Indonesia adalah *Community Development* yang merupakan salah satu bagian dari CSR. Perusahaan yang mengedepankan konsep ini akan lebih menekankan pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga akan menggali potensi masyarakat lokal yang menjadi modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang. Selain dapat menciptakan peluang-peluang sosial-ekonomi, menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, cara ini juga dapat membangun citra sebagai perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan. Selain itu, akan tumbuh rasa percaya, rasa memiliki perlahan-lahan muncul dari masyarakat sehingga terjalin hubungan yang harmonis antara Perusahaan dan Masyarakat. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah : 1) Apakah Program Pengembangan Masyarakat yang telah dilakukan berjalan sesuai dengan harapan dari *Corporate Social Responsibility* yaitu pengembangan yang berkelanjutan 2) Apa harapan masyarakat di sekitar daerah operasi perusahaan yang dapat di akomodir dalam Program *Corporate*

Social Responsibility 3) Bagaimana model dari *Corporate Sosial Responsibility* agar dapat bermanfaat, diterima masyarakat di sekitar daerah operasi serta berkesinambungan.

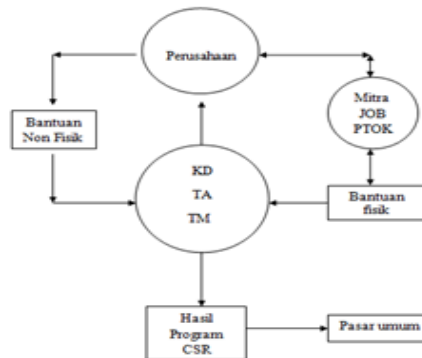
METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini masalah dibatasi pada kegiatan *Corporate Social Responsibility* di daerah Ring 1, sekitar Wilayah Kerja Perusahaan Migas JOB Pertamina - Talisman (OK) Ltd., pada Periode 2011 – 2014 yaitu Desa Mitra Kencana, Desa Makarti Tama, Dusun Air Karas dan Dusun Metur yang terletak dalam Kecamatan Peninjauan, Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) – Baturaja. Penelitian dilakukan dalam periode April sampai dengan Juni 2015

HASIL DAN DISKUSI

1. Evaluasi Pelaksanaan Program CSR Tahun 2011 – 2014

Model Pelaksanaan Program CSR yang telah dilakukan Tahun 2011 sampai dengan Tahun 2014 ditampilkan pada Gambar 1 dengan pendapat sebagai berikut : 1) Permintaan bantuan dari Masyarakat yang disampaikan ke perusahaan direspon oleh perusahaan dengan memberikan bantuan yang telah siap pakai tanpa melibatkan masyarakat dalam prosesnya sehingga tidak menimbulkan rasa memiliki dari masyarakat terhadap hasil bantuan yang di berikan oleh perusahaan 2) Pelaksanaan program CSR yang dilakukan berupa program bantuan yang tidak memberdayakan kekuatan yang ada di masyarakat sehingga proses transformasi pengetahuan tidak berjalan dengan baik dan ketergantungan masyarakat terhadap perusahaan menjadi tinggi.



Keterangan:
 Perusahaan – JOB Pertamina- Talisman (OK) Ltd
 KD – Kepala Desa
 TA – Tokoh Agama
 TM – Tokoh Masyarakat

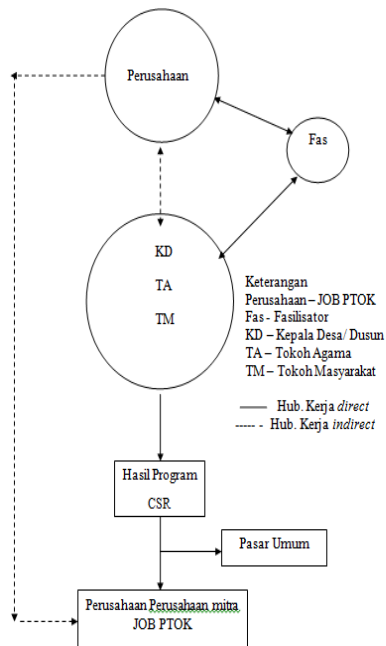
2. Model *Corporate Social Responsibility* di JOB Pertamina Talisman (OK) Ltd

Pelaksanaan Program CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan masih perlu ditingkatkan lagi. Prinsip Program CSR yaitu pemberdayaan dan pengembangan yang berkelanjutan dan memberdayakan kemampuan masyarakat lokal sehingga dalam pelaksanaan akan timbul rasa kebersamaan, gotong royong dan saling membantu maka pemilihan program bantuan yang akan diberikan harus dilakukan secara selektif.

Pemilihan Program CSR pada Desa dan Dusun Ring 1 pada kegiatan operasi JOB Pertamina Talisman (OK) Ltd dilakukan setelah melalui tahapan tahapan : 1). Perusahaan telah melakukan pemetaan terhadap kebutuhan masyarakat yang akan dijadikan sasaran program bantuan 2). Perusahaan dalam melakukan penyusunan Program CSR agar didasarkan pada kebutuhan dari masing- masing Desa dan Dusun Ring 1, 3). Perusahaan agar dapat lebih giat untuk melakukan sosialisasi tentang program CSR yang akan dilakukan. Sosialisasi dapat dilakukan dengan tatap muka langsung dengan seluruh masyarakat desa atau dusun yang menjadi

sasaran Program CSR dengan tujuan agar program yang akan dijalankan mendapat dukungan dari masyarakat desa atau dusun ring 1. 4). Program bantuan yang dibutuhkan masyarakat desa ataupun dusun dipilih yang dapat dilakukan dalam waktu singkat dan segera menghasilkan sehingga dapat memberikan tingkat kepercayaan diri yang baik bagi masyarakat sebagai sasaran program. 5). Dalam pelaksanaan program bantuan yang dibutuhkan pada point 3, dilakukan pembinaan dari hulu sampai hilir dan secara bertahap peran perusahaan dikurangi dan beralih dari pembinaan menjadi pengawasan sampai masyarakat dapat melakukannya dengan kekuatan sendiri.

Model Corporate Social Responsibility yang ditawarkan dapat disimpulkan pada Gambar berikut . Model Corporate Social Responsibility JOB Pertamina – Talisman (OK) Ltd.



Pada Model CSR ini, Perusahaan menggunakan fasilitator yang tugasnya adalah memfasilitasi penyampaian kebutuhan, mendidik dan mengenalkan struktur organisasi perusahaan kepada masyarakat di Desa dan Dusun Ring 1. Masyarakat di desa dan dusun Ring 1 yang diwakili oleh Kepala Desa (KD), Tokoh Agama (TA), Tokoh Masyarakat (TM) dapat berhubungan langsung secara non formal ke perusahaan (digambarkan dengan garis terputus) untuk menyampaikan kebutuhannya namun penyampaian kebutuhan tersebut secara formal harus disampaikan melalui Fasilitator (Fas). Pada proses ini Fasilitator akan memberikan arahan tentang bagaimana mengajukan proposal, menghitung biaya, mengenalkan struktur organisasi perusahaan sampai dengan memberikan atau transformasi pengetahuan mengenai apa yang dibutuhkan oleh masyarakat di desa dan dusun Ring 1. Disisi lain Fasilitator juga diharapkan dapat memberdayakan kekuatan yang ada di masyarakat misalnya membangun bangunan fisik yang disetujui oleh perusahaan secara gotong royong dan memberdayakan kekuatan yang ada di masyarakat sehingga masyarakat dalam menerima bantuan merasa turut berperan serta dalam merealisasikan bantuan tersebut. Dengan cara ini diharapkan akan timbul rasa memiliki yang besar terhadap bantuan yang diberikan oleh perusahaan serta dapat meningkatkan rasa gotong royong serta mempererat hubungan antara penduduk lokal dan pendatang di desa dan dusun Ring 1.

Jika kebutuhan atau bantuan yang diberikan perusahaan merupakan bantuan yang menghasilkan maka masyarakat juga dapat menyerap hasil tersebut namun pihak perusahaan juga akan membantu proses pemasaran terutama untuk hasil yang dapat di serap oleh perusahaan perusahaan pendukung yang mempunyai hubungan langsung dengan perusahaan pelaksana program CSR. Dengan berjalannya waktu secara perlahan peran perusahaan dalam proses pemasaran di kurangi sehingga tercipta kemandirian dari masyarakat. Sehubungan dengan ini maka pemilihan program CSR yang akan dilakukan harus dilakukan

secara selektif dan dapat dilakukan dengan kekuatan masyarakat sendiri serta menghasilkan dalam waktu yang singkat.

Dengan model ini diharapkan program CSR dapat berjalan dan dapat menimbulkan rasa kepercayaan masyarakat terhadap program bantuan yang diberikan oleh perusahaan.

KESIMPULAN

Dari Evaluasi Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* tahun 2011 – 2014, Analisa Hasil Pemetaan Kebutuhan Masyarakat Desa dan Dusun Ring 1 serta Model Corporate Sosial Responsibility maka di dapat kesimpulan sebagai berikut : 1). Program CSR yang dilakukan perusahaan dari Tahun 2011 sampai Tahun 2014 tidak melibatkan kemampuan yang ada dimasyarakat secara langsung sehingga masyarakat tidak mempunyai rasa memiliki terhadap bantuan atau program CSR yang dilakukan oleh perusahaan 2). Program CSR yang dilakukan perusahaan dari Tahun 2011 sampai Tahun 2014 tidak memberikan proses transformasi teknik, sosial dan tidak membangun rasa kebersamaan dan gotong royong serta pembauran antara penduduk lokal dan pendatang. 3) Model *Corporate Social Responsibility* yang ditawarkan adalah Model yang melibatkan perusahaan dari hulu sampai ke hilir dalam proses pelaksanaan program CSR nya dan berkelanjutan serta melibatkan kekuatan yang ada di masyarakat dengan tujuan : a). Meningkatkan rasa memiliki masyarakat, berorganisasi dan mengajarkan akuntabilitas dan transparansi terhadap proses dan hasil kegiatan Program CSR. B). Memberdayakan proses transformasi teknik, sosial dan budaya melalui proses pendampingan (fasilisator) c). Meningkatkan rasa gotong royong, demokrasi dan kejujuran dalam menjalankan program CSR. d). Mempercepat proses pembauran antara warga lokal dan warga pendatang .

Dalam melaksanakan penyusunan dan pelaksanaan Program CSR perusahaan disarankan agar : 1). Melakukan pemetaan terhadap kebutuhan masyarakat yang akan dijadikan sasaran program CSR 2). Perusahaan dalam melakukan penyusunan Program CSR agar didasarkan pada kebutuhan dari masing- masing desa dan dusun Ring 1. 3). Perusahaan agar dapat lebih giat untuk melakukan sosialisasi tentang program CSR yang akan dilakukan dengan tujuan agar Program yang akan dijalankan mendapat dukungan dari Masyarakat desa atau dusun Ring 1.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfitri, 2011. *Community Development Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nasdian, Fredian Tonny. 2014. *Pengembangan Masyarakat*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor.
- Urip, Sri. 2014. *Strategi CSR Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Untuk Peningkatan Daya Saing Perusahaan di Pasar Negara Berkembang. Judul asli CSR Strategies. Corporate Social for Competitive Edge in Emerging Markets*. Tangerang: Literati Imprint dan Lentera Hati.
- Untung, Budi. 2014. *CSR dalam Dunia Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publisng.
- Akbar, Ilham. 2014, *Perusahaan Total E&P Indonesia Dan Pengembangan Masyarakat Kecamatan Muara Jawa Kabupaten Kutai Kartanegara*. eJournal Ilmu Pemerintahan, Volume 2 (2), 2014: 2345-2358.
- Mulyadi, Dedi., Gersowa S.GW dan May L. Devis., 2012. *Analisis Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Pertamina Gas Area JBB Distrik Cilamaya bagi Masyarakat*. Journal management Vol. 09 No. 04.
- Hendrawan, Ronny. M, Samsul. 2007. *Kepedulian Perusahaan terhadap Lingkungan*, Jurnal Socioteknologi Edisi 12 Tahun 6, Desember 2007.

- Rosyida, Isma.,Nasdian, Fredian Tonny., 2011. *Partisipasi Masyarakat dan Stakeholder dalam Penyelenggaraan Program Corporate Social Responsibility (CSR) dan Dampaknya terhadap Komunitas Perdesaan.*
- Sodality: Jurnal Trans disiplin Sosiologi, Komunikasi dan Ekologi Manusia. Vol. 05, No. 01: 51-70
- Siregar, Chairil N., 2007. *Analisis Sosiologis terhadap Implementasi Coorporate Social Responsibility pada Masyarakat Indonesia.* Jurnal Socioteknologi Edisi 12 Tahun 6.
- Susiloadi, Priyanto. 2008. *Implementasi Corporate Social Responsibility Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan - Implementation Corporate Social Responsibility to Support Sustainability Development.* Spirit Publik Volume 4, Nomor 2, Halaman: 123 – 130.
- Gussman, Suzy Yolanda. Fathonah, Siti. Wibawa, Arif,. 2009. *Analisis Community Development PT. Telkom Kandatel Yogyakarta dalam Pengembangan UKM melalui Program Kemitraan.* Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume7,16 Nomor 1, Januari - April 2009.
- JOB-PTOK, 2012 (<http://www.job-ptok.com/>). Diakses tanggal 5 Januari 2015 OKU Kab, (<http://www.okukab.go.id/index.php/profile/visi-dan-misi>), diakses tanggal 25 Desember 2015.