

BAB II

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI MEDIA

MEMBANGUN REPUTASI BISNIS PERTAMINA

2.1 Gambaran Umum PT. Pertamina (Persero) MOR IV

PT. Pertamina (Persero) Marketing Operation Region IV merupakan unit operasi dan Direktorat Pembekalan dan Pemasaran dalam negeri, yang melaksanakan pemasaran sesuai kebutuhan masyarakat di wilayah kerja seperti Provinsi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Pertamina sendiri mempunyai visi dan misi adalah :

- Visi : Menjadi Perusahaan Energi Nasional Kelas Dunia
- Misi : Menjalankan usaha minyak, gas, serta energi baru dan terbarukan secara terintegrasi, berdasarkan prinsip-prinsip komersial yang kuat.

(sumber : www.pertamina.com)

Pertamina juga mempunyai slogan yaitu “Semangat Terbarukan”, menjelaskan bahwa cita – cita menjadi penyedia energi global diwujudkan melalui percepatan perubahan dan langkah nyata transformasi. Berbagai pencapaian menjadi energi untuk menggapai visi menjadikan perusahaan nasional berkelas dunia. Inilah Semangat Terbarukan bagi negeri.

Selain itu, terdapat 6 tata nilai perusahaan yang digunakan sebagai pedoman untuk seluruh pegawai dalam menjalankan perusahaan. Tata nilai tersebut meliputi yaitu 6C :

1. Clean (Bersih)

Pertamina di kelola secara professional, menjauhi adanya bentrokan dalam kepentingan, tidak toleransi terhadap bentuk suap, mejunjung tinggi kepercayaan dan integritas, serta bepegang teguh dalam asas-asas tatakelola perusahaan yang baik.

2. Competitive (Kompetitif)

Dapat berkompetisi pada skala regional hingga international, memajukan adanya pertumbuhan dengan investasi, membentuk budaya sadar akan biaya serta menghargai kinerja.

3. Confident (Percaya Diri)

Memiliki peranan dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi nasional, mampu mnjadi pelopor reformasi BUMN, serta mewujudkan kebanggaaan bangsa.

4. Customer Focus (Fokus pada Pelanggan)

Dimana memiliki orientasi terhadap kepentingan konsumen atau pelanggan serta komitmen agar selalu melakukan servis yang terbaik terhadap customer.

5. Commercial (Komersial)

Mampu mewujudkan nilai tambah yang berorientasi komersil, serta pengambilan putusan didasari adanya prinsip bisnis yang sehat dan baik.

6. Capable (Berkemampuan)

Pengelolaan dilakukan oleh pimpinan dan pekerja yang professional, bertalenta, penguasaan teknis tinggi, dan memiliki komitmen untuk meningkatkan kemampuan riset dan perkembangan. (sumber: www.pertamina.com)

2.2 Tugas Fungsi Comm & CSR PT. Pertamina MOR IV

- Unit Manager Communication & CSR MOR IV

Unit Manager bertanggung jawab untuk mengkoordinasi kegiatan-kegiatan dari komunikasi terhadap mitra kerja, pihak eksternal, maupun pihak internal perusahaan demi tercipta citra perusahaan yang baik di wilayah operasional Refinery Unit IV dan Marketing Operation Region IV. Tugas-tugas meliputi :

- a. Menjaga hubungan External baik dengan mitra kerja perusahaan dan hubungan baik dengan media maupun dengan Internal perusahaan. Contoh Program : Mengadakan media gathering dengan media, media yang dilibatkan diantaranya adalah suara merdeka, kedaulatan rakyat, tribun, dan lainnya.

- b. Mengkoordinasi kegiatan-kegiatan yang dilakukan baik Internal maupun External. Contoh Program : Saling berkoordinasi dengan pihak-pihak yang akan mengadakan kegiatan yang berkaitan dengan PT Pertamina MOR IV
 - c. Memantau dan mengamati pemberitaan yang berkaitan dengan perusahaan baik melalui media ataupun masyarakat.
- SR. Supervisor & JR. Officer Communication & Relations MOR IV
 Tugas dari Senior Supervisor dan Junior Officer communication & relations yaitu melakukan kegiatan pengelolaan komunikasi relations baik internal maupun external di wilayah Marketing Operation Region
 IV. Tugas – tugas tersebut meliputi :
 - a. Membina hubungan External dengan mitra Retail. Contoh Program : Membina sikap mental konsumen agar tumbuh loyalitas terhadap produk-produk yang dipasarkan oleh Pertamina.
 - b. Memantau pendapat konsumen terhadap penyelenggaraan penjualan pemasaran produk Pertamina. Contoh Program : Melayani kritik dan saran konsumen melalui customer relation
 - c. Menginventarisir seluruh informasi mengenai keinginan pelanggan agar dapat diantisipasi sehingga sistem pelayanan penjualan dapat memuaskan konsumen. Contoh Program : Melayani kritik dan saran konsumen melalui customer relation

- d. Menanggapi pertanyaan, kritik, dan saran masyarakat yang dimuat dalam media
 - e. Menjaga hubungan baik dengan rekan-rekan media. Contoh Program : Mengadakan media gathering, mengordinasi media yang melakukan peliputan. Seperti media-media yang dilibatkan dalam kegiatan media gathering yaitu media dari Republika, Kompas, Suara Merdeka, Trans7, Kedaulatan Rakyat, Koran Sindo dan lain sebagainya.
 - f. Memantau pemberitaan baik secara cetak maupun online. Contoh Program : Melakukan media monitoring setiap hari dan merespon media yang menyebarluaskan pemberitaan yang tidak sesuai.
 - g. Membuat press release dalam setiap kegiatan yang dilakukan baik Internal maupun external. Contoh Program : Membuat release dan menyerahkannya pada media.
 - h. Menulis perkembangan produk pasar ataupun kegiatan yang dilakukan. Contoh Program : Menulis artikel di majalah internal Pertamina
- SR. Supervisor dan JR. Officer CSR & SMEPP MOR IV
 Tujuan dari adanya CSR tersebut untuk membangun reputasi dan kredibilitas Pertamina melalui kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang terintegrasi dengan strategi bisnis. CSR Pertamina sendiri berfokus pada empat isu yang menjadi pilarnya, yaitu

pertamina cerdas, pertamina sehat, pertamina hijau dan pertamina berdikari. Sedangkan untuk tugas – tugasnya meliputi :

- a. Social Licence to Operate (Izin sosial untuk beroperasi), melalui CSR ini masyarakat dapat memperoleh manfaat dari PT. Pertamina dilingkungan mereka, dengan begitu mereka akan merasa diuntungkan dan memiliki perusahaan. Hal tersebut tentunya akan memudahkan kegiatan usaha di daerahnya.
- b. Mempermudah akses sumber daya, hal ini dapat berguna apabila CSR yang dikelola dengan baik maka dapat membantu jalannya perusahaan untuk memperoleh sumber daya yang dibutuhkan setempat.
- c. Memperluas pasar yang ada, semua investasi dan biaya yang keluar dalam program CSR ini menjadi kesempatan bagi PT. Pertamina untuk mendapat pasar yang lebih luas. Termasuk didalamnya juga bisa mendorong loyalitas konsumen serta menerobos pangsa pasar yang baru.
- d. Menjalin hubungan dengan pemangku kepentingan, adanya implementasi program CSR ini mempermudah terjalinnya komunikasi dengan pemangku kepentingan atau stakeholder menjadil lebih erat lagi. Hal itu dapat meningkatkan rasa percaya stakeholder terhadap PT. Pertamina MOR IV. (sumber : Dokumen PT. Pertamina MOR IV)

2.3 CSR dalam Pertamina

Pertamina sudah berdiri lebih dari 60 tahun dan setiap tahunnya telah berupaya melakukan kemajuan yang luar biasa sebagai perusahaan energi nasional. Kemajuan itu tidak hanya terbentuk dari usaha perusahaan, tetapi juga dengan adanya sinergi yang baik melalui elemen-elemen di masyarakat. Melalui bisnisnya, Pertamina tak hanya komitmen dalam mewujudkan nilai *plus* untuk perusahaan namun juga masyarakat luas. Nilai *plus* ini tidak sekedar energi SDA yang dirasakan oleh sebagian besar orang, tetapi energipositif lainnya, layaknya *access* pada pendidikan menjadi semakin baik, kemandirian ekonomi, dan pelestarian lingkungan sehingga mampu memberikan dan mengarah kehidupan yang semakin baik, sejalan dengan visi tanggung jawab sosial perusahaan / CSR dari Pertamina. Secara konkret, misi CSR Pertamina sendiri meliputi :

1. Berkomitmen pada tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL), yang dapat membrikan nilai *plus* untuk para stakeholder dalam rangka mensupport pertumbuhan perusahaan.
2. Menjalankan tanggung jawab perusahaan dan kepedulian sosial dalam membangun masyarakat secara berkelanjutan.

Tidak hanya itu, Pertamina juga komitmen agar selalu mengutamakan keseimbangan dan pelestarian alam, lingkungan dan masyarakat sekitar. Dengan hal tersebut, Pertamina dapat mencapai pertumbuhan dan perkembangan bisnis secara berkelanjutan. Pertamina menetapkan inisiatif-inisiatif strategis dalam bentuk komitmennya :

1. Memberdayakan masyarakat yang berkelanjutan(dengan pola pikir, pendidikan perubahan tingkah laku, penyuluhan kesehatan dan keterampilan)
2. Memiliki wawasan terhadap kelestarian lingkungan
3. Berkaitan dengan strategi bisnis perusahaan
4. Pelaksanaannya dilakukan secara tuntas (seperti menyediakan prasarana, perubahan pada perilaku, tatanilai, pola pikir, dan menyediakan bekal terhadap pengetahuan atau keterampilan).

Pertamina mengelola kegiatan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) yang mencakup program Corporate Social Responsibility (CSR), program Bina Lingkungan (BL) dan Program Kemitraaan (PK). Dimana memiliki tujuan strategis untuk membangun kredibilitas serta reputasi Pertamina dengan kegiatan tanggung jawab lingkungan yang terintergrasi dengan strategi bisnis. Untuk itu, terdapat strategi - strategi besar yaitu :

- Dapat memberikan manfaat satu sama lain (fair shared value).
- Bersifat kelanjutan.
- Mengutamakan daerah operasional atau yang terkena dampak.
- Mengembangkan energi hijau sebagai pertanggungjawaban pada dampak operasi.
- Melakukan publikasi dan sosialisasi yang efektif.

Di tahun 2016 Pertamina mengutamakan kegiatan CSR untuk mensupport adanya pencapaian PROPER yang medepankan aspek

lingkungan, sesuai persyaratan yang ditetapkan oleh Dewan PROPER (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Indonesia).

Komitmen Pertamina dalam menjalankan kegiatan TJSL direalisasikan kedalam macam – macam aktivitas CSR yang meliputi bidang lingkungan, kesehatan, pendidikan, infrastruktur, manajemen bencana, pemberdayaan masyarakat, atau bantuan khusus. Perwujudan kegiatan tersebut dilakukan pada semua unitkerja fungsi CSR Pertamina, seperti dipusat, unit operasi dan anakperusahaan. Macam – macam kegiatan khususnya pada bidang pendidikan diimplementasikan melalui organisasi didalamnya yaitu Pertamina Foundation. Dibawah payung tema “Pertamina Sobat Bumi”, Pertamina melaksanakan kegiatan CSR sesuai dengan asas people, planet, and profit (3P). Tujuan ini menjadi yang utama Pertamina untuk melaksanakan operasinya, yang mana produk yang dikembangkan dan jasanya mendukung adanya pelestarian terhadap lingkungan khususnya bumi dimasa mendatang. CSR Pertamina memfokuskan 4 isu yang menjadi pilaranya yaitu:



Sumber : www.pertamina.com

1. Pertamina Cerdas

Pendidikan menjadi salah satu hal yang fundamental bagi pertumbuhan dan pembangunan masyarakat dalam suatu negara. Oleh karena itu, Pertamina melalui pilarnya yaitu Pertamina Cerdas berupaya dalam memberikan kontribusi yang lebih untuk peningkatan adanya kualitas pendidikan bagi masyarakat khususnya generasi muda sekarang ini. Salah satu yang menjadi program unggulan dalam pilar ini ialah Beasiswa Sobat Bumi. Perbedaan program ini dibandingkan program beasiswa yang ditawarkan lainnya ialah lingkup penerima beasiswa ini memiliki cakupan yang lebar, seperti pelajar berprestasi, bahkan atlet yang diberikan karena sebagai bentuk apresiasi Pertamina pada anak negeri. Selain itu, adapula kerangka sosial dalam penyaluran Beasiswa Sobat Bumi dengan penerimanya yaitu penyandang disabilitas dan anak – anak yang

orangtuanya mengalami kecelakaan kerja. Beasiswa Sobat Bumi ini juga mampu menjangkau penerimanya hingga daerah Kawasan Timur Indonesia. Pada awal tahun 2018, Pertamina mengelola dana dari Beasiswa Sobat Bumi ini dengan penerima sebanyak 405 siswa, sehingga total penerima Beasiswa Sobat Bumi hingga akhir tahun mencapai 1.157 orang.

Berikut merupakan contoh lain dari program Pertamina Cerdas :



The screenshot shows a news article header with a red navigation bar containing links: 'TENTANG KAMI', 'BISNIS KAMI', 'HUBUNGAN INVESTOR', 'MEDIA & INFORMASI', and 'RESPONSIBILITY'. The article title is 'Peduli Pendidikan Anak, CSR Pertamina Lanjutkan Program Rumah Pintar Jayapura'. Below the title, there is a date '2019-09-30 18:40:00', a category 'csr-news', and a view count '2639'. The main text of the article describes the inauguration of PAUD Ceria as a continuation of the Rumah Pintar program in Jayapura, supported by Pertamina and the local education department. It mentions the commitment of Pertamina to improve education in the community and the goal of the program to address educational issues in the area.

Sumber : <https://pertamina.com/id/news-room/csr-news/peduli-pendidikan-anak-csr-pertamina-lanjutkan-program-rumah-pintar-jayapura>



Begitu Cara Pertamina EP Cerdas Bersama Masyarakat Melalui Kasitement

📅 2019-11-28 08:00:00 📰 csr-news 👁 389

PRABUMULIH -Keberadaan PT Pertamina EP sebagai perusahaan penyedia energi untuk negeri di kota Prabumulih, Sumatera Selatan menjadi icon tersendiri.

Melihat antusiasme masyarakat akan proses migas, PT Pertamina EP Asset 2 Prabumulih Field berinisiatif membuat pusat edukasi migas di lingkungan perusahaan terdiri dari Museum Migas, Taman Edukasi Migas serta Demo Room.

Masyarakat dapat memperoleh edukasi tentang proses bisnis migas sekaligus rekreasi. Ketiga Sarana Fasilitas tersebut merupakan program Kasitement atau Edukasi Entertainment.

"Harapan tentunya disamping memberikan pengetahuan kepada masyarakat khususnya di wilayah kerja terkait PT Pertamina EP Asset 2 Prabumulih Field, juga mengenalkan lebih dekat lagi proses bisnis hulu migas." Tutur Ndirga Andri Sisworo Prabumulih Field Manager.

Di dalam museum yang masih berlokasi di area perkantoran PT Pertamina EP Asset 2 Jl Jend. Sudirman No 3 Prabumulih ini, terdapat berbagai contoh peralatan yang dipakai dalam proses hulu migas, maupun replika peralatan seperti rig, valve, dan diagram-diagram informasi proses migas. Selain dilengkapi dengan audio visual yang menampilkan video edukasi, museum ini menghadirkan konsep edukasi yang unik dengan menyediakan spot foto 3D (Efek 3 Dimensi).

Sumber : <https://pertamina.com/id/news-room/csr-news/begini-cara-pertamina-ep-cerdas-bersama-masyarakat-melalui-kasitement>

2. Pertamina Sehat

Tak hanya melalui program pendidikan, kesehatan menjadi salah satu faktor yang sama pentingnya dalam membangun pertumbuhan untuk masyarakat. Hal ini disalurkan melalui pilar keduanya yaitu Pertamina Sehat. Salah satu program unggulan pilar Pertamina Sehat yaitu melalui program Pertamina Sehati. Pertamina sehati ini ditujukan kepada sasarannya yaitu ibu hamil, ibu menyusui, bayi hingga balita. Dimana cakupan program didalamnya meliputi adanya revitalisasi posyandu, pelaksanaan *capacity building* kader – kader posyandu, *awareness*, dan aktibasi terhadap para ibu – ibu di masyarakat umumnya, serta merancang dan menerapkan dasar kemandirian untuk posyandu binaan dari program tersebut.

Sejalan dengan tujuan Sustainable Development Goals (*SDG*), yaitu kehidupan sehat yang sejahtera, juga program nawacita yang digagas oleh pemerintahan Indonesia, Pertamina Sehati memiliki target sebanyak 0,08% dalam hal maternal mortality ration di tahun 2020. Pertamina Sehati mampu menjangring ke daerah sekitar unit operasi dan anak perusahaan, serta pada wilayah yang termasuk kedalam remote area dan wilayah 3T (Terluar, Terdepan, Tertinggal), sehingga dapat mempermudah dalam meningkatkan akses kesehatan bagi masyarakat di wilayah – wilayah tersebut. Dengan melibatkan komunitas lokal disana untuk berpartisipasi dapat menekan angka kematian ibu melahirkan juga kesehatan bagi balita. Pada tahun 2018, program Pertamina Sehati ini diterapkan tidak kurang dari 29 posyandu dari total posyandu yang telah melaksanakan program ini hingga tahun 2019

Berikut merupakan contoh lain dari program Pertamina Sehat:



The image shows a screenshot of a news article from Pertamina's website. At the top, there is a red navigation bar with white text and icons for 'TENTANG KAMI', 'BISNIS KAMI', 'HUBUNGAN INVESTOR', 'MEDIA & INFORMASI', and 'RESPONSIBILITY'. Below the navigation bar, the article title is 'Corporate Wellness Program: Menuju Insan Sehat, Pertamina Kuat, Indonesia Hebat'. The article is dated '2018-07-16 08:40:00' and is from 'energia-news' with 1446 views. The main text of the article describes the launch of the Corporate Wellness Program by Pertamina's CEO, Nicke Widyawati, on July 6, 2018, at the Pertamina Center. The program aims to improve the productivity and health of Pertamina employees. The article also mentions that the program is part of the management of human capital and aims to improve the mental and physical health of employees.

Sumber : <https://pertamina.com/id/news-room/energia-news/corporate-wellness-program-menuju-insan-sehat-pertamina-kuat-indonesia-hebat>



Hari Gizi Nasional, RSPP Bagikan Snack Sehat

2019-01-25 13:02:00 energia-news 345

JAKARTA- Dalam rangka memperingati Hari Gizi Nasional (HGN) yang jatuh setiap tanggal 25 Januari, Rumah Sakit Pusat Pertamina (RSPP) mengadakan program bagi-bagi snack sehat untuk pasien rawat inap dan rawat jalan, pada Jumat (25/1/2019).

Menurut Direktur RSPP dr. Abdul Haris Tri Prasetyo, Sp.PD, selain memberikan snack sehat berupa buah segar, RSPP juga memberikan edukasi kepada pasien dan masyarakat bahwa tubuh memerlukan gizi yang seimbang.

"Gizi yang seimbang tidak hanya diperlukan ketika tubuh dalam kondisi sakit, tapi juga dibutuhkan dalam keadaan fit agar kita tidak gampang sakit," ujarnya.

Sembari membagikan buah segar kepada pasien, para dokter dan perawat memberikan penjelasan pentingnya gizi seimbang bagi tubuh.

"Buah segar yang kami berikan ini menjadi salah satu contoh kepada masyarakat tentang manfaat buah bagi tubuh kita karena banyak mengandung serat," imbuh dr. Haris.

Dalam kesempatan tersebut, ia mengimbau agar masyarakat mengonsumsi buah segar dalam bentuk buah aslinya, bukan dijus atau di-blend agar manfaat diperoleh maksimal.

Sumber : <https://pertamina.com/id/news-room/energia-news/hari-gizi-nasional-rspp-bagikan-snack-sehat>

3. Pertamina Hijau

Dalam mewujudkan bisnis yang berkelanjutan, Pertamina juga harus memperhatikan dan peduli terhadap lingkungan disekitarnya, hal ini sebagai bentuk bahwa Pertamina juga turut andil dalam pelestarian lingkungan. Oleh karena itu, melalui latar belakang inilah Pertamina juga memiliki pilar yaitu Pertamina Hijau. Dimana terdapat dua program besar yang diusung didalamnya yang berkaitan dengan penanaman mangrove dan keanekaragaman hayati. Sepanjang tahun 2018, Pertamina mampu

melaksanakan penanaman mangrove ini hingga 52.000 pohon. Pohon mangrove ini dipilih oleh Pertamina karena penanamannya yang dilakukan di daerah pesisir, hal ini mengingat kebanyakan wilayah operasi Pertamina terletak di daerah tepi laut atau sungai besar. Selain itu, pohon mangrove ini menyediakan efek domino terhadap peningkatan keanekaragaman hayati di wilayah tersebut seperti kepiting bakau, berbagai jenis ikan, serangga, dan hewan – hewan yang mengonsumsi biji atau buah mangrove. Sementara itu, kawasan penanaman mangrove ini juga sudah terbentuk dengan baik, sehingga dapat dijadikan kawasan agrowisata dan sumber mata pencaharian bagi masyarakat sekitar. Pengelolaan hasil pohon mangrove ini juga dapat dijadikan produk kuliner dan kerajinan. Hutan Mangrove Karangsong merupakan salah satu contoh dari keberhasilan program penanaman pohon mangrove tersebut.

Program lainnya yang dicanangkan ialah keanekaragaman hayati. Secara garis besar, program ini memiliki tujuan untuk melestarikan kekayaan flora dan fauna khususnya endemik asli di Indonesia. Melalui unit operasi yang tersebar di seluruh Indonesia, Pertamina menyadari bahwa kelangkaan yang terjadi pada flora dan fauna ini perlu dilestarikan supaya tidak terjadi kepunahan. Oleh sebab itu, Pertamina melaksanakan program ini sebagai upaya meningkatkan kekayaan alam aslinya dimana tidak kurang dari 25 jenis flora dan fauna menjadi sasaran program ini. Pada tahun 2018, terdapat 25 program CSR antara lain, konservasi elang laut di

Kepulauan Seribu, konservasi tuntong laut di Aceh Tamiang, dna konservasi yuki hitam di Bitung.

Berikut contoh lain dari program Pertamina Hijau :



The screenshot shows a news article on the Pertamina website. The header is a red navigation bar with a home icon and menu items: 'TENTANG KAMI', 'BISNIS KAMI', 'HUBUNGAN INVESTOR', 'MEDIA & INFORMASI', and 'RESPONSIBILITY'. The article title is 'Hijau yang Menghasilkan'. Below the title, there is a date '2018-03-23 13:05:00', a category 'csr-news', and a view count '1291'. The main text describes a group of farmers in Cilamaya Girang, West Java, who have started a hydroponic program. It mentions that the farmers are now being visited by tourists from various cities like Bandung, Purwokarta, Karawang, and Jakarta. The article also notes that the farmers have 57 types of plants and a boat for tourists to visit the area.

Sumber : <https://pertamina.com/id/news-room/csr-news/hijau-yang-menghasilkan>



The screenshot shows another news article on the Pertamina website. The header is the same red navigation bar. The article title is 'Pertamina EP Resmikan Program Kampung Hijau Hidroponik'. Below the title, there is a date '2019-06-01 16:00:00', a category 'csr-news', and a view count '875'. The main text reports that PT Pertamina EP has inaugurated a hydroponic program in Bunyu, West Java. The program is part of the Corporate Social Responsibility (CSR) and aims to provide fresh vegetables to the local community. The article mentions that the program was inaugurated by Irwan Zuhri, General Manager of Pertamina EP, and that it will provide a system of hydroponics using the Deep Flow Technique (DFT) to the community.

Sumber : <https://pertamina.com/id/news-room/csr-news/pertamina-ep-resmikan-program-kampung-hijau-hidroponik>

4. Pertamina Berdikari

Pertamina percaya bahwa dalam bisnis bersifat kelanjutan merupakan bisnis yang laba dari perusahaan tersebut harus mewujudkan efek domino untuk ekonomi masyarakat sekitar. Dengan kegiatan CSR inilah, Pertamina turut mendukung kemajuan ekonomi bagi masyarakat sekitar untuk dapat menjadi mandiri. Dalam pilar berdikari ini, Pertamina sudah membina lebih dari 100 desa binaan dan wilayah ekonomi masyarakat pada tahun 2018. Ini adalah program perkembangan ekonomi masyarakat yang berbasis potensi lokal. Selain itu, Pertamina ikut mensupport peningkatan kualitas UMKM melalui program Rumah kreatif BUMN, yang mencapai hingga 15 rumah kreatif pada tahun 2018.

Rumah Kreatif BUMN (RKB) adalah rumah yang digunakan untuk belajar, berkumpul dan memajukan pelaku UMKM Indonesia yang berkualitas, serta menjadi tempat kolaborasi BUMN dalam membangun Digital Economy Ecosystem (*DEE*) melalui pembinaan bagi UMKM dalam membangun kapabilitas dan kapasitas UMKM tersebut. RKB memiliki peran menjadi pusat data dan informasi serta edukasi, perkembangan dan digitalisasi UMKM. Rumah Kreatif BUMN akan mengiringi dan memacu para pelaku UMKM dalam membalas tantangan utama perkembangan usaha UMKM melalui :

- Peningkatan dalam kompetensi
- Peningkatan dalam Pemasaran
- Kemudahan dalam aksesibilitas permodalan

Dukungan Pertamina terhadap UMKM juga dilaksanakan dengan pinjaman lunak sebagai modal usaha untuk UMKM dari dana program kemitraan. Program ini sejalan dengan Peraturan Menteri BUMN PER-02-MBU/7/2017 tanggal 20 Juli 2017 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan. Dana untuk melaksanakan Program Kemitraan berasal dari sisihan keuntungan bersih setelah pajak yang ditetapkan dalam RUPS pengesahan Laporan Tahunan BUMN Pembina, yaitu maksimal sebesar 4 persen dari laba setelah pajak tahun buku sebelumnya.

Program kemitraan ditunjukkan dalam rangka meningkatkan kegiatan ekonomi usaha kecil dan pemberdayaan sosial untuk dapat mandiri dan tangguh. Selain itu, Pertamina juga berkolaborasi dengan BUMN dan lembaga lain yang relevan. Program ini juga menyediakan pinjaman kemitraan terus menerus untuk pembinaan yaitu perseorangan baik sistem klaste / kelompok sebagai permodalan usaha mikro kecil dan menengah. Pembinaan mitra ini juga dapat dilakukan dengan kegiatan seperti pelatihan, workshop, pameran, atau kegiatan lainnya.

Pertamina sudah menjalankan program kemitraan sejak tahun 1993. Hingga kini totalnya sudah mencapai 60.338 UMKM yang bergabung menjadi mitra binaan Pertamina dengan total penyaluran Program Kemitraan sebesar Rp 3.371.666.349.575 yang mana realisasi di tahun 2018 sebesar Rp 265.371.258.000,- dan tingkat efektifitas penyaluran dana sebesar 31,46%. Berikut merupakan contoh lain dari program Pertamina Berdikari :

[TENTANG KAMI](#)[BISNIS KAMI](#)[HUBUNGAN INVESTOR](#)[MEDIA & INFORMASI](#)[RESPONSIBILITY](#)

Kampuspreneur Tantang Mahasiswa Berwirausaha di Tengah Corona

📅 2020-07-16 08:30:00 📄 news-release 👁 270

Riau, 16 Juli 2020 – Memulai wirausaha saat perlambatan ekonomi akibat pandemi, bagi kebanyakan orang bukan kondisi yang ideal. Sekretaris Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM), Prof. Rully Indrawan, memprediksi 70 persen UMKM di Indonesia menurun pendapatannya negara pandemi.

Namun buat mereka yang kreatif melihat peluang, lincah beradaptasi, dan tak mudah patah arang, krisis tak jadi halangan dalam berwirausaha. Hal itu disampaikan Arya Dwi Paramita, Vice President CSR & SMEPP PT Pertamina (Persero), saat membuka ajang Kampuspreneur melalui aplikasi Zoom, Selasa (14/07).

"Pertamina punya perhatian besar pada pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah atau UMKM. Selama pandemi misalnya, kami memanfaatkan produk-produk UMKM mitra binaan untuk bantuan CSR senilai lebih dari tujuh miliar rupiah. Kampuspreneur ini merupakan salah satu upaya untuk mendorong kawan-kawan kampus khususnya di Universitas Islam Riau untuk berani berwirausaha, adaptif dan tahan banting," ujar Arya.

Lewat program kolaborasi Pertamina dengan Universitas Islam Riau (UIR) ini, lanjut Arya, mahasiswa dan mahasiswi UIR pertama diberi pembekalan mengenai kewirausahaan. Baik dari sisi motivasi, maupun dari sisi keilmuan berwirausaha. Selanjutnya, para entrepreneur kampus akan mendapat dukungan pendanaan dan mentoring untuk berwirausaha.

Sumber : <https://pertamina.com/id/news-room/news-release/kampuspreneur-tantang-mahasiswa-berwirausaha-di-tengah-corona>

[TENTANG KAMI](#)[BISNIS KAMI](#)[HUBUNGAN INVESTOR](#)[MEDIA & INFORMASI](#)[RESPONSIBILITY](#)

Pertamina Selenggarakan Training Bisnis Model Canvas untuk 117 UMKM

📅 2020-06-27 14:30:00 📄 news-release 👁 463

Jakarta, 27 Juni 2020 – Pertamina menyelenggarakan training Bisnis Model Canvas bagi 117 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dari berbagai daerah di Indonesia. Pelatihan yang diselenggarakan bersama Rumah Kreatif BUMN (RKB) Kepulauan Meranti, Provinsi Riau ini dilakukan secara online, pekan lalu dengan trainer Dian Pratiwi S.M.B., M.M, Dosen Muda Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau.

Bisnis Model Canvas (BMC) merupakan alat dalam strategi manajemen untuk menterjemahkan konsep, konsumen, infrastruktur, maupun keuangan perusahaan dalam bentuk elemen-elemen visual. Konsep BMC ini mengandalkan gambar-gambar ide sehingga setiap orang memiliki pemahaman yang sama dan riil terhadap ide-ide konsumen mereka, pengeluaran biaya, cara kerja usahanya, dan sebagainya. Model bisnis ini mudah dibuat oleh para pengusaha UMKM, karena cenderung lebih dekat dengan pelanggan, mengetahui siapa pelanggan, dan bagaimana menjaga hubungan dengan pelanggan dengan diimbangi penjagaan proporsi nilai produk/jasa yang ditawarkan.

"Beberapa masalah yang ditemui oleh UMKM, seperti cara mengatur keuangan, mengatur pemasaran, mendistribusikan barang, menentukan target pasar, dan mendapatkan pelanggan dapat diminimalisir dengan pembuatan BMC," ujar Dian. "UMKM bisa memanfaatkan BMC untuk bertahan, karena bisa membuat pelaku UMKM dapat menangkap peluang bisnis yang dapat diambil, seperti salon kecantikan yang berubah menjadi usaha retail penjual produk kecantikan dan usaha-usaha lainnya," tambahnya.

Sumber : <https://pertamina.com/id/news-room/news-release/pertamina-selenggarakan-training-bisnis-model-canvas-untuk-117-umkm>

2.3.1 CSR Difablepreneur

CSR Difablepreneur merupakan salah satu bentuk kegiatan CSR dari Pertamina yang berfokus pada isu Pertamina Berdikari. Salah satu tujuannya menjadikan perekonomian desa binaannya tersebut menjadi lebih baik. Namun, hal yang membedakan program pemberdayaan masyarakat ini dibandingkan dengan lainnya ialah program ini dikhususkan untuk membantu para penyandang disabilitas yang selama ini masih dianggap sebelah mata oleh banyak orang, dan dapat membuktikan bahwa para difabel juga dapat bekerja, berkreasi dan sepadan dengan orang yang tidak memiliki kebutuhan khusus. Kegiatan CSR Difablepreneur merupakan salah satu agenda kerja yang dilakukan oleh PT. Pertamina TBBM Boyolali di Desa Tawang Sari, Kecamatan Teras, Boyolali. Kelompok penyandang disabilitas tersebut diberi nama Sriekandi Patra oleh tim CSR Boyolali sejak April 2018, yang merupakan kepanjangan dari Sanggar Inspirasi Karya Inovasi Difabel. Kegiatan yang dilakukan berupa latihan keterampilan dalam memproduksi batik mulai dari kain, tas, sarung bantal, taplak, hingga baju seragam. Tidak hanya itu, hasil produksi batik tersebut nantinya akan dijual kepada konsumen baik secara offline maupun melalui digital marketing media online (e-commerce dan media sosial). Berikut contoh produk batik yang dihasilkan oleh kelompok Sriekandi Patra tersebut :



Sumber : Kunjungan langsung ke tempat workshop

Berawal dari hasil studi social mapping atau pemetaan sosial yang dilakukan di Desa Tawang Sari, dimana wilayah tersebut juga merupakan Ring 1 wilayah operasional TBBM Boyolali, tim CSR tersebut memiliki agenda kerja salah satunya membantu pemberdayaan kelompok rentan khususnya penyandang disabilitas. Dalam pemetaan sosial yang dilakukan oleh Pertamina tersebut, ditemukan sekitar 30 orang berkebutuhan khusus seperti tuna rungu, tuna netra, tuna daksa, dan lain – lain. Selain itu, juga ditemukan fakta bahwa masih banyaknya keluarga di Desa Tawang Sari yang berusaha menyembunyikan anak penyandang disabilitas tersebut. Akhirnya, tim CSR TBBM Boyolali membukakan jalan bagi para difabel untuk berkarya melalui Batik Tulis.

Yuni Lestari menjadi salah satu pencetus kelompok Sriekandi Patra ini berdiri. Ia mengidap cerebral palsy, yaitu disabilitas fisik yang mempengaruhi gerakan dan postur tubuh. Gangguan ini disebabkan tidak

berfungsinya beberapa bagian syaraf di otak. Gangguan yang diderita Yuni adalah kaku pada kedua kakinya sehingga Yuni tidak bisa berjalan. Namun, karena semangat dan motivasi ia ingin belajar, akhirnya Pertamina memberikan kesempatan kepada Yuni untuk menjadi peserta kelas keterampilan batik di PR Yakkum Yogyakarta. Keterampilan yang dipilihnya adalah membatik. Setelah mendapatkan ilmu keterampilan tersebut, ia ingin membantu teman-temannya yang memiliki kebutuhan khusus sama seperti dirinya. Hingga pada April 2018, terbentuklah kelompok Srikandi Patra ini yang beranggotakan 5 orang penyandang disabilitas, yaitu Yuni sebagai inspiratornya, Darmawan yang juga menderita cerebral palsy, Sri Sulastri menjadi penyandang bisu dan tuli, Siti Ma'rifatul atau Ifah penyandang bisu, dan Lestari Budi Mulyani menjadi penyandang tuna daksa. Selain itu, kelompok ini juga didampingi oleh 4 orang relawan sosial, yaitu Siti Patimah, Sri Suwarni, Sri Maryatun dan Ade Ratnasari. Di sanggar Srikandi Patra, selain belajar membatik, para anggotanya juga belajar bersosialisasi dengan berinteraksi dengan warga. Karena sebelum bergabung dengan Srikandi Patra, para anggotanya hanya berdiam diri di rumah dan tidak memiliki kegiatan.

Setelah lebih dari 2 tahun program berjalan, Srikandi Patra semakin giat memproduksi batiknya. Selain produksi batik dan aneka kerajinan turunannya, kini Srikandi Patra juga menjadi tujuan *outing class* atau kunjungan edukasi bagi siswa dan masyarakat umum yang ingin mengenal tentang batik. Keunikan Srikandi Patra yang menawarkan pemandu

penyandang disabilitas dan juga ada sesi sharing tentang bahasa isyarat, menjadikan gedung workshop Sriekandi Patra sering dikunjungi. Gedung tersebut diresmikan pada Oktober 2019. Hal ini sebagai upaya Pertamina untuk menjadikan desa binaanya menjadi lebih baik dari segi ekonomi dan sosial, seperti mengurangi adanya kesenjangan sosial satu sama lain. Harapan tersebut juga dipertegas dengan adanya wawancara yang dilakukan dengan Iin Febrianto, General Manager Pertamina MOR IV yang berharap lokasi workshop ini dapat menjadi wadah bagi para difabel lainnya dalam berkarya dan belajar. Sehingga para difabelpreneur ini dapat mandiri dan kedepannya Desa Tawangsari ini dapat menjadi desa inklusi yang produktif, ekonominya berkembang serta menjadi inspirasi bagi desa-desa lainnya.



Sumber : Dokumen PT. Pertamina TBBM Boyolali

Foto diatas merupakan tempat workshop atau lokasi yang sering digunakan para difabel dalam membuat, gedung tersebut diberi nama Gedung Sriekandi Patra, diambil dari nama komunitas difabel itu sendiri.



Sumber : Dokumen PT. Pertamina TBBM Boyolali

Foto tersebut merupakan kegiatan workshop membuat batik yang dilakukan bersama para difabel. Dalam kegiatan tersebut biasanya dilakukan dari pukul 09.00 – 14.30 WIB di Sanggar Sriekandi Patra.

2.3.2 CSR Pertamina Menurut ISO 26000



Social responsibility: **7** core subjects



Dalam penerapannya, kegiatan CSR bertumpu pada pedoman ISO (International Standart Organization) 26000, dimana hal ini biasanya dijadikan indikator keberhasilan suatu kegiatan CSR itu sendiri. Begitu pula adanya pedoman dan perilaku etika bisnis sebagai kode etik dalam Pertamina yang mengacu pada 7 isu utama menurut ISO 26000 dalam merencanakan kegiatan CSR tersebut :

1. Tata Kelola Organisasi

Salah satu upayanya ialah membuat kode etik ini, yang berisi tentang pedoman dan perilaku etika bisnis yang dapat dilihat pada laman www.pertamina.com. Dalam kode etik tersebut, budaya Pertamina dibentuk melalui tata nilai perusahaan yang mana menjadi nilai-nilai penting bagi insan Pertamina. Setiap insan Pertamina juga harus mematuhi dan bertindak atau berperilaku sesuai dengan nilai – nilai

perusahaan tersebut yaitu clean, confident, competitive, customer focused, commercial dan capable. Selain itu, Pertamina juga berkomitmen dalam melakukan kegiatan usaha atau bisnisnya secara integritas dan professional, meminimalisir bentrokan antar kepentingan, tidak toleran adanya suap, menjunjung tinggi kepercayaan hingga berprinsip pada asas-asas tata kelola perusahaan yang baik.

2. Hak Asasi Manusia

Pertamina berkomitmen untuk menjamin setiap pekerja dapat memiliki kesempatan yang sama untuk mengembangkan karir sesuai dengan kualifikasi dan kinerja dari pekerja tersebut. Selain itu, juga berkomitmen dalam menyediakan pelatihan atau pendidikan untuk karir kedepan didukung dengan standard, prosedur dan ketentuan internal dari perusahaan. Pertamina juga memastikan bahwa setiap keputusan seperti memperkerjakan pegawai, mengevaluasi, memberi promosi, kompensasi maupun pemutusan hubungan kerja dapat dipertimbangkan melalui kualifikasi, kinerjanya, dan faktor lain yang berhubungan dengan kerjaan tersebut. Tidak hanya itu, Pertamina senantiasa turut menjaga dan menciptakan lingkungan kerja yang baik, dan bebas dari diskriminasi etnis, ras, budaya, kebangsaan, agama, jenis kelamin, usia, keadaan cacat ataupun lainnya.

3. Aktivitas Tenaga Kerja

Pertamina berkomitmen untuk setiap kegiatan operasi perusahaan berjalan dengan aman, nyaman, dan berwawasan lingkungan. Hal ini dilakukan dengan adanya penerapan standard tinggi terhadap aspek keselamatan kerja, keamanan lingkungan dalam upaya meminimalisir risiko terjadinya kecelakaan, kebakaran, pencemaran, penyakit akibat kerja, gangguan keamanan, serta dampak lain dari kegagalan operasi perusahaan. Komitmen ini untuk meningkatkan Hal ini untuk meningkatkan daya saing dari perusahaan lingkungan preventif, konsumsi berkelanjutan, adaptasi dan mitigasi perubahan lingkungan, serta proteksi dan restorasi lingkungan alam.

4. Lingkungan

Pertamina berkomitmen dalam menjaga seluruh aset yang ada agar dapat dimanfaatkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Selain itu, insan Pertamina juga wajib menjaga aset perusahaan dan melarang segala penyalahgunaan aset demi kepentingan pribadi. Termasuk dalam ikut menjaga dan mengembangkan lingkungan sumber daya alamnya maupun sumber daya manusianya.

5. Aktivitas operasi yang fair

Pertamina berkomitmen dalam mewujudkan nilai tambah yang orientasinya bersifat komersil dan pengambilan keputusannya didasari

prinsip-prinsip bisnis sesuai dengan UU Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dimana setiap aktivitasnya harus selalu berhati – hati dan selektif dalam usaha yang mengacu pada kompetisi usaha yang buruk, dan harus melakukan praktik bisnis secara adil, etis dan tidak memberikan informasi yang bersifat sensitif kepada pihak manapun dalam rangka melindungi persaingan usaha secara sehat. Selain itu, menjalani kegiatan pengadaan penyediaan barang atau jasa harus secara transparans sesuai dengan ketentuan yang ada, mencari, memperoleh, dan menggunakan informasi yang sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku. Pertamina juga akan selalu menjunjung tinggi integritas, profesionalisme, dan tidak toleran terhadap bentuk suap apapun serta mencegah dan memberantas tindak pidana pencucian uang yang dapat terjadi di lingkungan perusahaan.

6. Isu konsumen

Pertamina juga memiliki komitmen untuk selalu mengutamakan kepentingan pelanggan dan memberi pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya. Customer atau konsumen merupakan mitra yang strategis. Selain itu, Pertamina juga menyediakan produk dan layanan dengan mutu yang baik dan sesuai standard untuk para pelanggannya. Oleh karena itu, Pertamina selalu patuh terhadap seluruh ketentuan tentang product, menjamin keselamatan customer dan memelihara atau menjaga hubungan antara Pertamina dengan pelanggan. Setiap insan

Pertamina juga memiliki peranan penting dalam menjamin mutu dan keamanan setiap produk, dimulai dari desain hingga pembuatan, peningkatan keberlanjutan serta support kepada customer. Tak hanya itu, Pertamina juga berkewajiban dalam memberikan layanan informasi publik sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku. Pertamina sudah menetapkan konsep pengelolaan layanan informasi publik menjadi standard layanan yang sesuai masyarakat. Insan Pertamina yang memiliki hak tersebut juga diperkenankan untuk menyampaikan informasi yang ada.

7. Kontribusi pada masyarakat dan komunitas

Pertamina berkomitmen bahwa keberadaannya mampu memberikan manfaat untuk masyarakat dan lingkungan operasionalnya. Hal ini diberikan agar terdapat hubungan timbal balik antara satu sama lain. Insan Pertamina juga diharapkan dapat terlibat dalam setiap program tanggung jawab sosial lingkungan dalam upaya pemberdayaan masyarakat dan pelestarian alam sekitarnya.

Ketujuh komponen utama tersebut merupakan bagian yang tidak dapat boleh dipisahkan, sehingga jika sebuah perusahaan hanya menjalankan salah satunya saja atau beberapa saja, maka perusahaan tersebut belum dapat dikatakan berhasil menjalankan kegiatan CSR. Mengacu pada ISO 26000 dalam Syairozi

(2019: 11), CSR Pertamina memiliki prinsip untuk bertanggungjawab terhadap dampak dari putusan dan kegiatannya :

- Konsisten dengan pembangunan keberlanjutan dan kesejahteraan masyarakat
- Memperhatikan kepentingan para stakeholdernya
- Berlaku menurut hukum dan konsisten terhadap norma–norma internasional
- Terintegrasi dalam aktivitas organisasi, yang meliputi kegiatan, produk atau jasa

Dalam mengintegrasikan program CSR ini kedalam kegiatan bisnis korporat, Pertamina berkomitmen untuk :

- a. Dapat menanggulangi dampak negatif pada operasional perusahaan melalui kepatuhan pada setiap regulasi, serta membangun nilai baru yang semakin baik terhadap masyarakat dan lingkungannya.
- b. Ikut memberi manfaat ekonomi, sosial dan lingkungan pada masyarakat utamanya bagian operasional perusahaan.
- c. Selalu memajukan regulasi perusahaan, efisiensi pertumbuhan dan perkembangan usaha, dan menjalankan mitigasi risikobisnis.

2.4 Manfaat CSR

Kegiatan CSR sendiri memiliki manfaat bagi perusahaan, masyarakat dan pemerintah, antara lain :

1. Perusahaan

- a. Membangun dan menjaga reputasi perusahaan (Godwill)
- b. Meningkatkan citra perusahaan
- c. Mengurangi risiko bisnis perusahaan
- d. Melebarkan cakupan bisnis perusahaan
- e. Mempertahankan posisi merk perusahaan
- f. Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas
- g. Kemudahan memperoleh akses terhadap modal (capital)
- h. Meningkatkan pengambilan keputusan pada hal – hal kritis
- i. Mempermudah pengelolaan manajemen risiko

2. Masyarakat

- a. Meningkatkan pendidikan yang layak dan berkualitas bagi masyarakat
- b. Dalam sektor ketenagakerjaan dapat meningkatkan kualitas tenaga kerja, mencakup pelatihan atau training

3. Pemerintah

Aktivitas CSR berhubungan dengan masalah yang ada disekitar seperti masalah pendidikan , kurangnya akses kesehatan bagi masyarakat sekitar, dan pembangunan fasilitas umum untuk kepentingan orang banyak. Dengan adanya kerja sama dari kebijakan pemerintah dengan

perusahaan atau organisasi yang menerapkan CSR, banyak masyarakat yang terbantu dengan adanya pelaksanaan kegiatan CSR. (Syairozi, 2019: 15)

2.5 Aktivitas CSR Pertamina

Terdapat lima pilar aktivitas CSR yang dikampanyekan menurut Indonesia Business Link (IBL) yaitu :

1. Building Human Capital

Pada pilar yang pertama, Pertamina berupaya untuk menciptakan internal SDM yang handal dan perusahaan juga dituntut melakukan pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat ini telah banyak dilakukan oleh Pertamina sebagai contohnya CSR Difablepreneur yang dilakukan oleh Pertamina MOR IV dimana kegiatan tersebut dikhususkan untuk membantu memberdayakan masyarakat difabel, kemudian ada pula program pengelolaan sampah yang dilakukan oleh Pertamina MOR I dalam upaya memberdayakan masyarakat agar lebih selektif dan mengelola limbah agar dapat didaur ulang. (<https://pertamina.com/id/news-room/csr-news/pertamina-latih-emak-emak-bikin-ecoenzym->)

2. Strengtening Economies

Upaya Pertamina dalam memberdayakan ekonomi masyarakat sekitar, agar terjadi pemerataan kesejahteraan. Hal ini sesuai dengan komitmen perusahaan dalam rangka memprioritaskan keseimbangan dan

kesejahteraan alam, lingkungan, dan masyarakat. Seperti pada program Pinky Movement yang bertujuan mendorong penjualan produk LPG yang dilakukan oleh masyarakat sekitar yang hasilnya akan dapat menambah penghasilan masyarakat sekitar. (<https://pertamina.com/id/news-room/csr-news/kuartal-iii-2020-pertamina-salurkan-modal-pinky-movement-hingga-rp3-1-miliar>)

3. Assesing Social Chesion

Pertamina senantiasa menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar, agar tidak menimbulkan konflik. Hal inilah yang menjadikan berjalannya kegiatan CSR secara sustainability, yang mana akan terjadi pembinaan yang dilakukan tiap bulan sehingga baik dari pihak Pertamina mampu menjalin komunikasi secara terus menerus dengan masyarakat sekitar. Dalam menjaga keharmonisan tersebut Pertamina juga ikut andil dalam setiap kegiatan CSR, dari mulai perencanaan hingga evaluasi.

4. Encouraging Good Governance

Pertamina berusaha menjalankan bisnisnya mengacu pada Good Corporate Governance (GCG) yaitu transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, kesetaraan dan kewajaran. Prinsip ini dituangkan dalam pedoman tata kelola perusahaan yang tertera pada website www.pertamina.com

5. Protecting the Environment

Pertamina berusaha untuk menjaga lingkungan sekitarnya. Hal ini sesuai dengan tujuan strategis dari CSR Pertamina dalam rangka pengembangan energi hijau sebagai tanggung jawab terhadap dampak operasi dari perusahaan. Selain itu, Pertamina juga berkomitmen dalam melaksanakan TJLS yang diwujudkan dalam berbagai kegiatan CSR dan berfokus pada 4 isu yaitu Pertamina Cerdas, Pertamina Sehati, Pertamina Hijau, Pertamina Berdikari.

2.6 Model CSR Pertamina

Menurut Saidi dan Abidin (dalam Suharto, 2009: 110), sedikitnya ada empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan di Indonesia :

1. Keterlibatan langsung

Pada model CSR pertama ini adalah yang paling sering digunakan Pertamina dalam menjalankan program CSRnya. Hal ini dikarenakan, model ini merupakan kegiatan CSR yang paling mudah untuk disalurkan secara langsung dengan menyelenggarakan kegiatan sosial sendiri tanpa harus menggunakan perantara. Seperti contohnya, PT Pertamina (Persero) melalui Marketing Operation Region (MOR) VIII kembali menyalurkan bantuan modal usaha Program Kemitraan sebesar Rp 1,62 miliar bagi 27 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di wilayah Kota Ambon pada Senin, 20 Juli 2020. Hal itu untuk meningkatkan kemampuan kewirausahaan sekaligus menyambut momentum Adaptasi Kebiasaan Baru.

<https://pertamina.com/id/news-room/csr-news/dongkrak-perekonomian-ambon-pertamina-salurkan-rp-1-62-milyar>

2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan

Pada model yang kedua ini, Pertamina sendiri juga memiliki salah satu program unggulan pada Pertamina Cerdas adalah Beasiswa Sobat Bumi. Pada 21 Juni 2020 lalu, dalam rangka meningkatkan kualitas SDM Indonesia, PT Pertamina (Persero) menyalurkan 1.796 Beasiswa Sobat Bumi kepada mahasiswa, atlet hingga penyandang disabilitas berprestasi. Hal ini bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada anak bangsa untuk mendapatkan akses pendidikan. Selain itu, Pertamina ingin membantu meringankan beban biaya kuliah mahasiswa agar bisa meningkatkan indeks prestasi (IP) akademiknya dan lulus tepat waktu.

<https://pertamina.com/id/news-room/news-release/apresiasi-1-796-mahasiswa-berprestasi-pertamina-gelontorkan-beasiswa-sobat-bumi>

3. Bermitra dengan pihak lain

Pada model yang ketiga ini, Pertamina juga sering melakukan kolaborasi atau kerjasama terhadap suatu institut atau lembaga baik sosial/ pemerintah atau non pemerintah sekaligus. Seperti halnya, kegiatan CSR yang dilakukan oleh Kelompok Tuli Gresik (Kotugres) binaan PT Pertamina Gas yang memulai rangkaian pelatihan Fashion Design and Business secara daring, pada Senin, 20 Juli 2020. Bersama lembaga pendidikan mode

ESMOD Jakarta, para pengajar mampu menyampaikan materi secara baik kepada anggota Kotugres lewat daring yang dibantu oleh penerjemah bahasa isyarat. (<https://pertamina.com/id/news-room/csr-news/lawan-keterbatasan-kotugres-ikut-pelatihan-daring-bersama-esmod-jakarta>)

4. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium

Pada model yang keempat ini, dalam kegiatan CSR Pertamina tidak melakukan hal yang berkaitan dalam mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Hal ini dikarenakan, Pertamina selalu berupaya berkontribusi secara langsung dalam kegiatan CSR tersebut.

2.7 Jenis CSR

Salah satu kerangka kerja CSR yang terkenal ialah CSR Pyramid, dikemukakan oleh Archie Carroll, seorang profesor manajemen yang membagi 4 jenis tanggung jawab sosial berdasarkan hierarkinya yaitu Economic Responsibilities, Legal Responsibilities, Ethical Responsibilities, Philanthropic Responsibilities.



Figure 1:2 The *Pyramid of Corporate Social Responsibility* (Carroll, 1991)

1. Economic Responsibilities

Memiliki kata kunci “Be profitable”, dimana motif utama dalam perusahaan adalah mendapatkan laba (profit oriented). Laba tersebut menjadi pondasi utama dalam perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus mempunyai nilai tambah ekonomi sebagai prsyarat agar perusaha terus hidup dan berkembang.

2. Legal Responsibilities

Memiliki kata kunci “Obey the Law”, dimana suatu perusahaan harus metaati hukum. Dalam proses mencari laba, perusahaan dilarang melanggar kebijakan dan hukum yang sudah di tetapkan pemerintah. Hukum dianggap sebagai cara pandang yang normatif, dikarenakan dapat menentukan apa boleh dan tidak boleh dilakukan. Dibandingkn dengan standard dan etika, kekuatan hukum lebih pasti dan jelas.

3. Ethical Responsibilities

Memiliki kata kunci “Be Ethical”, dimana suatu perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang baik, benar, adil dan fair. Pada dasarnya norma-norma di dalam masyarakat juga dapat menjadi rujukan bagi perilaku organisasi suatu perusahaan.

4. Philanthropic Responsibilities

Memiliki kata kunci “Be a Good Corporate Citizen”, selain mendapatkan laba, mentaati hukum dan berperilaku etis, suatu perusahaan juga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bisa dirasakan langsung oleh masyarakatnya. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan semua. Pemilik dan karyawan yang bekerja di perusahaan mempunyai tanggung jawab ganda, yaitu terhadap perusahaan dan publik, namun diharapkan agar perusahaan dapat menumbuhkan kemandirian komunitas. Tanggung jawab ini berdasarkan itikad perusahaan untuk berkontribusi pada perbaikan komunitas secara mikro maupun makro. (Wati, 2019: 13)

Pada jenis CSR yang dijelaskan diatas, Pertamina mengacu pada Philanthropic Responsibilities, dimana CSR sendiri prinsip tata nilai yang berkaitan dengan Good Corporate Governance. Selain itu, komitmen Pertamina dalam melaksanakan TJSI sendiri memiliki tema “Pertamina Sobat Bumi”, dimana dalam mengimplementasikan program CSR untuk tujuan people, planet, and profit (3P). Orientasi profit memiliki arti sebagai usaha/bisnis yang berkelanjutan secara

ekonomi dalam rangka mendapatkan keuntungan dengan usaha yang dilakukan. Kedua, orientasi people memiliki makna adanya keberlanjutan kehidupan sosial masyarakat, termasuk budaya dan adat istiadat menjadi kearifan lokal masyarakat setempat. Terakhir, orientasi planet memiliki makna sebagai keberlanjutan lingkungan hidup dan sumber daya alam yang di implementasi melalui turut berperannya perusahaan atau industri dalam rangka memelihara daya dukung dan daya tampung lingkungan hidup. Hal ini menjadi fokus Pertamina dalam melakukan operasinya, dimana produk yang dikembangkan dan jasa yang diberikan peduli terhadap kelestarian lingkungan khususnya bumi dimasa depan mendatang.

2.8 Bentuk Kegiatan CSR

Kotler dan Lee mengajukan enam prakarsa sebagai pesan utama CSR, dalam rangka pencapaian tujuan bisnis perusahaan :

1. Cause Promotion

Pada bentuk CSR yang pertama ini biasanya perusahaan cenderung memiliki tujuan untuk meningkatkan awareness masyarakat terhadap suatu isu tertentu. Isu ini tidak harus berkaitan dengan lini bisnis suatu perusahaan melainkan lingkup yang lebih luas lagi. Dalam hal ini, perusahaan berusaha mengajak masyarakat untuk dapat menyumbangkan waktu, dana, benda atau lainnya secara sukarelawan untuk membantu mencegah atau mengatasi isu tersebut. Seperti pada masa pandemi Covid-19 ini, Pertamina turut membantu dalam penyaluran dana/alat kepada masyarakat untuk membantu masyarakat menyadarkan pentingnya menjaga kebersihan dan kesehatan

agar selalu menjaga diri selama masa pandemik ini. PT. Pertamina MOR VII memberikan bantuan berupa wastafel kepada Pemerintah Provinsi Gorontalo, dalam upaya untuk memperkecil penyebaran Covid-19 sendiri. (<https://pertamina.com/id/news-room/csr-news/pertamina-serahkan-10-unit-wastafel-portable-ke-pemerintah-provinsi-gorontalo>)

2. Cause-related Marketing

Komitmen perusahaan untuk mendonasikan sejumlah presentase tertentu dari pendapatan tertentu hal yang berkaitan dengan penjualan produk, atau dengan kata lain perusahaan mengajak masyarakat untuk membeli atau menggunakan produknya, namun sebagian dari keuntungan perusahaan akan didonasikan untuk mengatasi suatu permasalahan tertentu. Seperti CSR yang dilakukan oleh Pertamina sendiri, dengan mengadakan campaign / kampanye untuk menggunakan LPG Non Subsidi, yang nantinya hasil penjualan tersebut, sebagian dari keuntungannya akan didonasikan untuk suatu isu tertentu. (<https://pertamina.com/id/news-room/energia-news/pertamina-imbau-masyarakat-mampu-untuk-gunakan-lpg-non-subsidi>)

3. Corporate Social Marketing

Upaya perusahaan memberikan dukungan pembangunan atau pelaksanaan kegiatan yang ditujukan untuk mengubah sikap atau perilaku masyarakat pada suatu isu tertentu dalam rangka memperbaiki kesehatan dan

keselamatan masyarakat, menjaga lingkungan hidup dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pertamina sendiri turut melakukan upaya pembangunan tersebut, salah satunya membuat desa tanpa sampah atau kampung hijau yang ada di Surabaya misalnya. Hal ini dilakukan dengan upaya agar masyarakat dapat mengurangi penggunaan khususnya sampah plastik. (<https://pertamina.com/id/news-room/news-release/kampung-hijau-kurangi-sampah-plastik-di-kota-surabaya>)

4. Corporate Philanthropy

Perusahaan memberikan sumbangan (charity) atau kontribusi secara langsung dalam bentuk dana, jasa, atau alat kepada pihak yang membutuhkan, baik lembaga, perseorangan ataupun kelompok. Bentuk CSR ini merupakan bentuk CSR yang paling tua dibandingkan lainnya. Pada Pertamina sendiri juga turut melakukan sumbangan / hibah, seperti halnya sumbangan yang dilakukan oleh PT. Pertamina MOR III kepada masyarakat Tasikmalaya pada pandemi Covid-19 mencapai 800 juta. (<https://pertamina.com/id/news-room/csr-news/hingga-new-normal-pertamina-terus-salurkan-bantuan-di-tasik>)

5. Corporate Volunteering

Perwujudan dukungan dan dorongan perusahaan kepada karyawan, mitra pemasaran, atau anggota franchise untuk menyediakan dan mengabdikan waktu dan tenaga mereka untuk membantu kegiatan sosial tertentu.

Kegiatan volunteering ini juga dilakukan oleh beberapa karyawan PT. Pertamina MOR IV dalam melakukan pembersihan di wilayah pantai Karimunjawa, dalam upaya pelestarian ekosistem lautnya.

(<https://pertamina.com/id/news-room/news-release/-menggerakkanindonesia-taman-bawah-laut-upaya-pelestarian-ekosistem-laut-karimunjawa>)

6. Social Responsible Bussiness

Pada bentuk kegiatan CSR ini, perusahaan berusaha melakukan perubahan terhadap salah satu atau keseluruhan sistem kerjanya agar dapat mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan dan masyarakat. Pada bentuk ini, perusahaan berupaya untuk melaksanakan aktivitas bisnis melampaui kewajiban yang tertera secara hukum dalam rangka meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup (Ambadar, 2008 : 56). Pada kegiatan ini, Pertamina selalu melakukan tanggung jawab perusahaan seperti halnya membantu UMKM yang berada di Ring 1 wilayah operasionalnya. Ada pula penanaman mangrove yang dilakukan pada lingkungan sekitar untuk pelestariannya sendiri.

(<https://pertamina.com/id/news-room/csr-news/bangkitkan-umkm-pertamina-kucurkan-dana-modal-lebih-dari-rp-2-3-miliar>)

2.9 Tahapan CSR

Menurut Wibisono (2007), terdapat langkah - langkah CSR sebagai berikut:

1. Tahap perencanaan

Perencanaan memiliki 3 langka utama, yaitu Awarness Building, CSR Assessesment, dan CSR Manual Buildng. Awarness Building menjadi langkah utama dalam membentuk kesadaran pentingnya peran CSR dan komitm nmanajmen suatu perusahaan, kegiatan tersebut bisa berupa seminar, lokakarya dan lain - lain. Langkah kedua yaitu CSR Assessesment, dimana usaha dalam menggambarkan situasi pada perusahaaan kemudian diidentifikasi hal - hal yang menjadi prioritas dan langkah - langkah yang pas dalam mendirikan structure perusahaaan yang efektif dan kondusif. Terakhir, CSR Mannual Buildng yaitu dibangun dengan benchmarking, menelusuri dari reference atau minta bantuan tenaga ahli indepdnen di luar perusahaaan. Langkah tersebut diharap dapat memberi penjelasan dan kesamaan polapikir dan ndakan yang digunakan untuk tercapainya CSR terpadu, efektif dan efisien.

2. Tahap implementasi

Tahap ini berisi point – point penting yang harus diamati, yaitu mengorganisasi (organise) sumberdaya, menyusun (staffin g), mengarahkan (direct), mengawasi atau mengoreksi (controling), penerapan sesuai dengan planning, dan menilai (evalution) tahap

pencapaian tujuan. Dan ditahap ini terdapat tiga langkah yang utama yaitu sosialisasi, pelaksanaan dan internalisasi.

3. Tahap evaluasi

Pada tahap ini penting untuk melaksanakannya secara konsisten dan berkala, yang mana dapat digunakan sebagai alat ukur terhadap efektivitas terhadap pengimplementasian CSR ini yang dilaksanakan oleh perusahaan.

4. Tahap pelaporan

Tahap ini dilaksanakan sebagai pengembangan dan penyediaan sistem informasi yang tepat saat mengambil keputusan atau keterbukaan informasi yang relevan dan material terhadap suatu perusahaan. (Said, 2018: 115)