

# **LAMPIRAN**

## INTERVIEW GUIDE

“Pemanfaatan Kegiatan Corporate Social Responsibility Difabelpreneur sebagai Media untuk Membangun Reputasi Bisnis Pertamina”

### Identitas Informan

Nama : Anna Yudhiastuti  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Usia :  
Jabatan : Unit Manager Comm & CSR PT. PERTAMINA MOR IV  
Telepon :

Pertanyaan :

### CSR Assesment

1. Bagaimana pendapat Ibu tentang konsep perencanaan strategis CSR ?
2. Apakah Ibu mengetahui konsep CSR 3 Bottom Lines (3P) ?
3. Apakah motif Pertamina dalam membuat program CSR ?
  - a) Membangun integritas perusahaan sebagai perusahaan yang baik dan berkomitmen
  - b) Orientasi pada penciptaan kualitas atau mutu bisnis (audit internal)
  - c) Meminimalisasi resiko internal dan eksternal
  - d) Keterbukaan Informasi untuk kepentingan reputasi bisnis
4. Apakah Ibu dalam melakukan analisis isu yang ada di lingkungan sekitar? Jika iya, isu utama apa saja yang muncul dan bagaimana menentukan skala prioritas isu tersebut?
5. Apakah yang melatar belakangi program CSR Difabelpreneur ini ? (data pendukung kuantitatif dan kualitatif dalam pelaksanaan kegiatan CSR tersebut)
6. Apakah dalam perencanaan kegiatan CSR Difabelpreneur, mengambil langkah langkah sebagai berikut :

- a. Melakukan kegiatan riset (open communication) dengan target sasaran yang akan dituju? manakah jenis penelitian survei/riset yang anda lakukan dalam penyusunan program tersebut ? (seperti melalui melalui wawancara, kuesioner, observasi, dll)
  - b. Siapa target kelompok sasaran difabel yang akan dituju ? (wilayah, umur, jenis disabilitas, status pernikahan, agama)
  - c. Melakukan analisa SWOT dan PEST, jelaskan !
  - d. Menentukan tujuan yang jelas dan terukur (objective), dan keterkaitannya dengan visi misi dari Pertamina ?
  - e. Cara analisis hasil penelitian survei yang dilakukan ?
7. Apa saja kegiatan yang dilakukan dalam program CSR Difabelpreneur ini?
  8. Adakah struktur organisasi dalam pelaksanaan kegiatan CSR Difabelpreneur ini, jika ada, bagaimana strukturnya ?
  9. Apakah dalam setiap perencanaan maupun pelaksanaan kegiatan CSR Difabelpreneur ini selalu dilakukan pengambilan keputusan secara bersama / setiap PIC memiliki hak untuk mengambil keputusan secara sendiri ?
  10. Bagaimana mekanisme persetujuan dilaksanakan CSR oleh Pertamina?
  11. Model CSR apa yang digunakan oleh Pertamina dalam melaksanakan program ini?

Jenis Model	Indikator	Bentuk Kegiatan
Economic	Melakukan kegiatan CSR Untuk mendukung perusahaan menyediakan komunikasi	
Legal	Kegiatan CSR dilakukan sebagai upaya untuk merespon anjuran dari pemerintah agar perusahaan berperilaku sesuai	

	dengan aturan atau UU CSR	
Ethical	Bahwa kehadiran perusahaan di suatu wilayah sebaiknya memberikan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat setempat	
Philathropic	Kegiatan yang dilakukan secara sukarela dan tidak mengharapkan keuntungan bisnis apapun	

12. Bagaimana strategi yang dilakukan dalam menjalankan kegiatan CSR Difabelpreneur ini ?
- Proses penetapan kelompok difabel yang dibantu
  - Faktor yang menjadi indikator utama dalam pelaksanaan CSR tersebut
  - Bentuk atau jenis bantuan yang diberikan
  - Komunikasi pendampingan atau koordinasi yang dilakukan agar program berjalan sesuai dengan perencanaan
13. Apa yang menjadi keunggulan utama kegiatan CSR Difabelpreneur dalam memberdayakan masyarakat?
14. Apakah program difabel ini pernah dilakukan sebelumnya oleh Pertamina region lain selain MOR IV ? Jika pernah, program apa yang dicanangkan dalam kegiatan difabel tersebut ?
15. Apakah kegiatan CSR Difabelpreneur yang dilakukan akan memberikan dampak positif pada kelompok elemen stakeholder utama sebagai berikut? Dan berikan contoh bentuk keuntungan atau manfaat yang diperoleh
- Customer

- b. Shareholder and Market
  - c. Society and Environment
  - d. Employee
16. Bagaimana kebijakan perusahaan mengenai kegiatan CSR ini agar memiliki nilai keberlanjutan ? (dalam arti kegiatan tidak hanya semata berhenti pada tahun pertama dan tidak hanya sekedar consumptive donation tetapi lebih pada upaya membangun kemandirian penerima manfaat)
  17. Apa yang menjadi indikator keberhasilan pelaksanaan kegiatan CSR ini ?
  18. Kendala apa saja yang dialami saat hendak melaksanakan CSR Difabelpreneur ?
  19. Apakah program yang dijalankan telah sesuai dengan filantropi Pertamina?
  20. Adakah dokumen presentasi mengenai struktur, konsep, strategi, model dan implementasi CSR Difabelpreneur?
  21. Bagaimana bentuk pengawasan atau controlling yang dilakukan oleh Pertamina dalam menjalankan program Difabelpreneur, apakah dilakukan secara transparansi? Berapa kali dalam sebulan Pertamina melakukan controlling terhadap kegiatan CSR tersebut ?

### Manajemen Reputasi

1. Bagaimana pendapat stakeholder berkaitan dengan performance Pertamina ? Apakah ada data yang mendukung ?
2. Bagaimana pemberitaan di media massa terkait Pertamina, lebih ke tone pemberitaan positif atau negatif ? (Lampirkan data yang mendukung)

3. Bagaimana melakukan kegiatan perencanaan PR untuk mencapai reputasi yang positif ?
4. Adakah ketentuan atau indikator reputasi yang baik bagi Pertamina?
5. Bagaimana Pertamina mengelola hubungan dengan stakeholder baik secara internal maupun eksternal terkait kegiatan CSR Difabelpreneur ini ?
6. Apakah media memiliki cukup pengaruh yang kuat dalam segala aktivitas yang dilakukan oleh Pertamina termasuk kegiatan CSR ini dan bagaimana peranannya ?
7. Bagaimana Pertamina dalam melakukan media monitoring ?  
(Tunjukkan data yang mendukung)
8. Bagaimana langkah yang dilakukan Pertamina jika dalam sebuah kegiatan CSR ini misalnya, terjadi suatu kendala teknis ? (misal, kegiatan CSR Difabelpreneur ini terhambat akibat adanya pandemik COVID 19, bagaimana solusi yang ditawarkan agar kegiatan tersebut tetap berjalan)

## INTERVIEW GUIDE

“Pemanfaatan Kegiatan Corporate Social Responsibility Di fabelpreneur sebagai Media untuk Membangun Reputasi Bisnis Pertamina”

### Identitas Informan

Nama : Marthia Mulia Asri  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Usia :  
Jabatan : SR. Spv CSR & SMEPP PT. PERTAMINA MOR IV  
Telepon :

Pertanyaan :

### CSR Assesment

1. Sebelum merencanakan kegiatan CSR, apakah Bapak melakukan identifikasi isu terkini sehingga mampu memberikan gambaran program CSR yang paling dibutuhkan ?
2. Apakah kegiatan CSR sama dengan community development ?
3. Manakah bentuk program CSR yang sering dilakukan oleh Pertamina ?
  - a. Cause Promotion
  - b. Cause Related Marketing
  - c. Corporate Social Marketing
  - d. Corporate Philanthropy
  - e. Corporate Volunteering
  - f. Social Responsible Bussiness
4. Apa strategi CSR yang digunakan untuk mencapai tujuan dari visi misi Pertamina tersebut ?
5. Apa yang melatar belakangi program CSR Di fabelpreneur ini ? (data pendukung kuantitatif dan kualitatif)
6. Bagaimana Bapak melakukan analisa segmentasi pada perencanaan program CSR Di fabelpreneur ini ?

7. Bagaimana penelitian yang digunakan dalam penyusunan program tersebut ? (seperti melalui wawancara, kuesioner, observasi, dll)
8. Apa tujuan yang jelas dan terukur (objective) dari kegiatan CSR Difabelpreneur ini ?
9. Apa saja kegiatan yang dilakukan dalam program CSR Difabelpreneur ini?
10. Adakah pencapaian penghargaan yang didapatkan oleh Pertamina terkait program CSR yang dilakukan ? (berikan datanya)
11. Apakah kegiatan CSR Difabelpreneur ini termasuk dalam program mitra binaan yang diadakan oleh Pertamina ?
12. Bagaimana konsep sistem program kemitraan yang biasanya dilakukan oleh Pertamina ?
13. Apa indikator yang ditetapkan Pertamina dalam pemilihan calon mitra binaan ? Berikan alasannya !
14. Sampai kapan mitra binaan akan mendapatkan fasilitas bantuan CSR?



## INTERVIEW GUIDE

“Pemanfaatan Kegiatan Corporate Social Responsibility Difabelpreneur sebagai Media untuk Membangun Reputasi Bisnis Pertamina”

### Identitas Informan

Nama :  
Jenis Kelamin :  
Usia :  
Jabatan : Masyarakat / difabel Desa Tawang Sari  
Telepon :

### Pertanyaan Difabel:

1. Sudah berapa lama anda mengikuti kegiatan CSR Difabelpreneur ?
2. Apakah kebutuhan anda selama mengikuti program CSR Difabelpreneur ini disediakan secara lengkap ? (peralatan/tempat/dll)
3. Apakah anda mendapatkan skill atau keahlian yang anda butuhkan selama mengikuti pelatihan ini ? Jelaskan!
4. Apakah selalu ada petugas pendamping atau penanggung jawab yang hadir dalam kegiatan CSR Difabelpreneur ini ?
5. Apakah penjelasan pendamping mudah dipahami ?
6. Apakah pendamping siap dihubungi setiap saat jika ada permasalahan ?
7. Apakah petugas selalu menunjukkan sikap antusias saat menjawab pertanyaan?

### Pertanyaan Kepala Desa Tawang Sari (mewakili masyarakat) :

8. Bagaimana antusiasme masyarakat difabel mengikuti program CSR ini ?
9. Adakah perubahan sikap yang ditunjukkan masyarakat difabel sebelum dan sesudah mengikuti program CSR ini ? (mengurangi angka pengangguran, meningkatkan jumlah pendapatan keluarga? Difabel menjadi mandiri tidak bergantung secara ekonomi pada orang lain?
10. Apakah pelaksanaan CSR ini selalu dilaksanakan secara tepat waktu?

11. Apakah saat merancang program melibatkan pemerintah setempat ?
12. Apakah masukan dari pemerintah setempat diadopsi dalam program yang diselenggarakan?
13. Apakah kegiatan CSR yang dilaksanakan sudah sesuai dengan apa yang masyarakat difabel butuhkan ?
14. Apakah dalam kegiatan ini Pertamina selalu menghadirkan inovasi baru ?
15. Apa dampak dari program CSR Difabelpreneur terhadap kesejahteraan masyarakat Desa Tawangasari sendiri secara luas ?

## INTERVIEW GUIDE

“Pemanfaatan Kegiatan Corporate Social Responsibility Diababelpreneur sebagai Media untuk Membangun Reputasi Bisnis Pertamina”

### Identitas Informan

Nama :  
Jenis Kelamin :  
Usia :  
Jabatan : Media  
Telepon :

Pertanyaan :

1. Apakah Pertamina selalu rutin mngirimkan release kegiatan CSR ?
2. Apakah data yang dikirimkan melalui release sudah mencakupi informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat atau lengkap ?
3. Apakah release yang dikirimkan telah memenuhi unsur 5W + 1 H dan *news value* ?
4. Apakah PR Pertamina atau narasumber mudah dihubungi ?
5. Apakah narasumber dari pihak Pertamina terpercaya (kredibel) ?
6. Apakah Pertamina kooperatif dalam memberikan informasi yang dibutuhkan wartawan, saat dalam kondisi yang urgent / mendadak ?
7. Apakah Pertamina sering mengadakan press conference terkait isu penting ?
8. Apakah dalam kegiatan press conference Pertamina selalu menampilkan data statistik pendukung terkait isu tersebut ?
9. Apakah Pertamina sering melaksanakan media gathering ?
10. Apa manfaat yang didapatkan dengan adanya media gathering tersebut ?
11. Apakah Pertamina pernah mengadakan press tour atau kunjungan ke lingkungan operasional perusahaan ?

12. Apakah PR memberikan entertainment fee berupa amplop atau merchandise lainnya?
13. Pertimbangan apa yang anda angkat saat akan menulis berita tentang CSR Pertamina ?

## TRANSKRIP WAWANCARA

“Pemanfaatan Kegiatan Corporate Social Responsibility Difiablepreneur sebagai Media untuk Membangun Reputasi Bisnis Pertamina

Identitas Informan :

Nama : Anna Yudhiastuti

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 52 Tahun

Jabatan : Unit Manager Comm & CSR PT. Pertamina MOR IV

Telepon : 081325894345

N : Narasumber

P : Peneliti

P	Selamat siang bu Anna, maaf mengganggu waktunya saya ingin menanyakan beberapa pertanyaan terkait CSR secara umum dan kegiatan Difiablepreneur sendiri bu.
N	Oh iya boleh, gimana Mb?
P	Menurut Ibu sendiri tu, bagaimana sih pendapat Ibu tentang konsep perencanaan strategis CSR sendiri ?
N	Kalo konsep perencanaan CSR itu biasanya kita tu koordinasi, komunikasi sama masyarakat sama aparat desa terkait, kita koordinasi juga sama temen – temen lokasi, terutama kalo untuk CSR itu memang kan di prioritaskan / diutamakan untuk ring 1. Maksudnya ring 1 itu yang berdekatan dengan lokasi kerja ya lokasi perusahaan, jadi tujuannya kita berikan CSR itu nanti masyarakat sekitar bisa membantu dan menjaga aset perusahaan. Jadi kita komunikasi dengan teman – teman lokasi ya kita mungkin dari kelurahan, dari aparat pedesaan lah apa yang kira – kira masyarakat disitu butuhkan bukan yang diinginkan ya, jadi nanti kalo yang dibutuhkan tu benar – benar yang dibutuhkan, nanti bisa nggak kita evaluasi, bisa nggak masuk program CSR kita gitu.
P	Untuk pertanyaan selanjutnya bu, untuk konsep CSR 3 Bottom Lines (3P) itu sendiri, menurut Ibu bagaimana?
N	Profit, people, planet? Apa itu ya?
P	Jadi itu konsep CSR terhadap orientasi bisnis terhadap bisnis berkelanjutan untuk mencapai keuntungan, orangnya dan lingkungannya...

N	<p>Oya kalo untuk CSR itu memang kita programnya berkelanjutan, jadi beda dengan program dengan bina lingkungan ya kalo bina lingkungan itu benar – benar hibah. Gini mungkin saya bisa membedakan dulu antara CSR dengan BL (Program Bina Lingkungan) karena kalo dikami itu ada dua program yang tujuannya sama, jadi kita membina hubungan baik dengan masyarakat ring 1. Ini dua duanya hibah, cuma kantong dananya berbeda. Kalo CSR ini tu memang sudah dianggarkan oleh perusahaan dan ini berkelanjutan, makannya saya bilang ini diutamakan untuk ring 1, karena tujuannya agar masyarakat ikut menjaga aset – aset perusahaan, itu yang CSR ya. Cuma kalau program Bina Lingkungan itu dananya dari 20% laba yang udah disisihkan oleh perusahaan untuk dikembalikan kepada negara, negara dikembalikan kembali kepada BUMN tersebut untuk dikelola, dan membantu masyarakat sekitar. Nah, program Bina Lingkungan ini sama dengan hibah juga sama cuma lebih luas jangkauannya. Kalau ring 1 tadi kan CSR, ini program Bina Lingkungan juga bisa untuk ring 1 tapi kalau ring 1 sudah tercover oleh CSR, kita bisa meluas ke ring 2, ring 3 bahkan sampai jarak jauh dari perusahaan, yang jelas kita tujuannya untuk membantu masyarakat dan penerima manfaatnya adalah masyarakat langsung. Balik lagi, jika program CSR ini memang berkelanjutan, nanti kita lihat dari masyarakat yang kita bantu itu mandiri kita lepas. Tapi kalau bina lingkungan ini memang charity aja, jadi kayak kita memberikan saat itu juga selesai, sudah memberikan laporan selesai. Tapi kalau CSR ada pembinaannya, dalam jangka waktu sampai dengan mandiri lah maksimal 4 tahun gitu.</p>
P	<p>Baik bu, untuk motif Pertamina sendiri bu dalam membuat program CSR tu biasanya lebih kepada membangun integritas perusahaan sebagai perusahaan yang baik dan berkomitmen, orientasi pada penciptaan kualitas / mutu bisnis, meminimalisasi resiko internal dan eksternal atau keterbukaan informasi untuk kepentingan reputasi bisnis bu?</p>
N	<p>Sebenarnya kalau CSR itu, ya lebih ke menjaga nama baik perusahaan ajalah karena kan ada program PROPER juga. Nah, program PROPER itu kan juga dinilai, dan program PROPER itu hubungannya dengan masyarakat kalau memang untuk CSR, kalau untuk ke perusahaan ya itu tadi sih lebih menjaga nama baik perusahaan dimata masyarakat sekitar. Kalau untuk profit sih CSR kan bukan ya, itu lebih ke <i>core bisnis</i>, kalau CSR lebih mensupport kegiatan perusahaan gitu. Seperti yang awal tadi CSR dilaksanakan di ring 1 tujuannya menjaga aset perusahaan, yang kedua kita menjaga hubungan baik dengan masyarakat sekitar, dan membantu masyarakat memanfaatkan potensi – potensi apa yang ada di lokasi tersebut. Contohnya, ada program bank sampah misalnya gitu. Awalnya kan sampah plastik sama sampah dapur kan dicampur, ternyata plastik yang dapat didaur ulang itu bisa dimanfaatkan sebagai apa gitu, jadi bisa meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar juga.</p>
P	<p>Baik bu, selanjutnya apakah Ibu sendiri melaksanakan analisis isu yang ada di lingkungan sekitar? Jika iya, itu biasanya isu utama apa yang</p>

	muncul terus menentukan skala prioritas terhadap isu tersebut bagaimana ya bu?
N	Em gini ya, sebelum kita melakukan program CSR itu pasti kita akan melihat lokasi atau survey, awalnya tu juga paling dari ngobrol – ngobrol, temen- temen dengan aparat atau dengan siapa gitu. Kita evaluasi, terus kita akan nanya apa kebutuhan yang ada disitu, yang memang dibutuhkan dan apa yang bisa dikembangkan disitu gitu Mb.. jadi sebelum kita melakukan program yang dilakukan kita lihat dulu lokasi dan lingkungan sekitar termasuk dengan karakter masyarakat disitu seperti apa, mau nggak diajak maju, mau nggak diajak untuk kerjasama gitu, jangan sampai kita jalan sendiri dengan beberapa orang disitu ternyata banyak penolakan kan percuma program kita nggak akan jalan, karena program CSR kan sifatnya berkelanjutan sampai dengan kita menginginkan masyarakat kita bantu dengan dana CSR itu makin berkembang, makin mandiri, bisa memanfaatkan atau melihat potensi yang ada disitu dan dapat dikembangkan menjadi nilai ekonomi tinggi.
P	Lalu untuk survey penelitian yang tadi disebutkan itu bu, biasanya juga dilakukan melalui wawanacara, kuesioner dan lain – lain gitu bu?
N	Iyaa... pasti dilakukan oleh temen – temen lokasi.
P	Berarti langsung ke penanggung jawabnya gitu ya bu?
N	Iya, kalo CSR gitu kan biasanya lebih ke temen – temen lokasi ya kayak TBBM, DPPU. Nah mereka itu kan yang akan menjaga, jadi kita juga membina hubungan baik dengan lokasi karena mereka pasti banyak aset, seperti tangki – tangki minyak kan berbahaya sekali. Jadi kita merangkul masyarakat di sekitar situ agar mereka mau ikut membantu kita, makannya kita merangkul mereka.
P	Oh begitu bu, lalu untuk program CSR Difablepreneur ini yang melatar belakangi apa ya Bu? Atau memang anak – anak atau orang difabel ini sangat penting untuk dibantu di mata Pertamina sendiri ?
N	Kalau yang difabel itu baru ada yang di Boyolali ya, itu juga evaluasi dari temen – temen disana ternyata disitu ada sekelompok difabel yang nggak ada kerjaan lah kasarnya gitu, kurang produktif, sehingga dieval sama temen – temen, supaya mereka bisa di produktifkan. Nah, selain itu memang, Pertamina saat ini kan juga menerima pekerja yang difabel, tapi untuk program CSR ini berbeda ya maksudnya ini dibuat untuk memberdayakan mereka untuk kemajuan mereka sendiri, perekonomian mereka sendiri, agar tidak dianggap remeh, agar tidak dikucilkan oleh masyarakat. Ini lo orang, maaf kata ya orang cacat aja bisa lo, kenapa kita yang normal enggak, kita mengangkat mereka agar mereka itu tidak dikucilkan, tidak disisihkan dan mereka bisa produktif lo gitu, contoh lagi ada CSR tu didaerah Bali sana itu program sudah lama sih, jadi Pertamina itu tidak melihat status atau kapabilitas orang normal atau orang cacat dan sekarang juga menerima orang dari difabel juga.
P	Kemudian bu, untuk CSR Difablepreneur itu kelompok sasarannya untuk umur, wilayah, apakah hanya ada di Desa Tawangsari, jenis disabilitas nya dan lain – lainnya bagaimana Bu?

N	Kalau difabel pokoknya gini Mb, kalau saya melihatnya ya semoga temen – temen Boyolali dan lokasi lain yang menemukan kelompok seperti itu, tidak akan melihat dia itu difabel diapanya, yang jelas mereka bisa dibina, mereka mau maju, mereka mau mengembangkan potensi dirinya. Kemarin juga keliatannya yang di Boyolali itu difabelnya juga beragam. Kalau terkait dengan umur, yang jelas itu kita tidak mungkin akan mengajak difabel dibawah umur untuk berbuat sesuatu yang mungkin belum saatnya, karena program CSR ini kan kita membina baik yang difabel atau normal untuk meningkatkan tingkat ekonomi mereka, untuk memajukan wilayah mereka. Mungkin kalau untuk anak – anak dibawah umur akan ada program tersendiri seperti belajar bareng, kayak pengajaran TK seperti itu. Mungkin itu lebih masuk ke Bina Lingkungan Mb, bukan ke program CSR. Seperti Bina Lingkungan yang kemarin di Boyolali itu kita membantu sekolah SLB, nah semacam itu.
P	Oh begitu bu, lalu untuk program CSR Difablepreneur ini apakah Ibu melakukan analisis SWOT dan PEST?
N	Ya paling hampir sama dengan analisis yang saya katakan tadi, kita lebih mengangkat apa yang mereka atau masyarakat benar – benar butuhkan dan bermanfaat nantinya untuk mereka.
P	Baik bu, kemudian tujuannya sendiri itu selain untuk menjaga aset perusahaan. Kalau dari segi tujuan objektivenya gitu ada nggak bu misalnya target pertamina dalam mengadakan CSR ini untuk mencapai berapa persen (secara terukur)?
N	Pinginnya ya 100%, gini program CSR itu temen – temen kan sudah memulai dari awal pasti harus sampai akhir selesai bahkan kalau program satu itu selesai pasti dia akan bikin lagi ini gimana ya supaya dapat ditingkatkan kembali, pasti begitu untuk program selanjutnya pasti seperti itu, karena ada penilaian PROPER juga kan kalau nilainya itu – itu aja dia nggak akan bagus, tapi kalau misalnya ada inovasi lagi pasti nilainya akan semakin bagus. Pasti temen – temen lokasi dan kami disini menyarankan kalau belum 100 % mereka tidak akan berhenti. Dan mereka juga memiliki anggaran, misalnya anggaran 100 ribu dari a-z itu harus selesai, jadi mereka nggak mungkin kalau menganggarkan cuma setengah itu nggak mungkin gitu.
P	Jadi habis dilakukan penelitian survey tadi, hasil penelitiannya dilakukan melalui evaluasi ya, Bu?
N	Iya evaluasi, terus kan mereka memiliki target dan perencanaan ini mau digimanain dan jangka waktunya kapan. Untuk hasil akhirnya biasanya nanti akan dibuat laporan keberlanjutan atau <i>sustainability report</i> .
P	Lalu Bu, untuk program CSR Difablepreneur, itu memang program berkaitan dengan workshop mengenai batik saja atau memang ada program lainnya ya, Bu?
N	Kayaknya kalau yang sekarang ini baru batik ya, ngajarin mereka membuat batik. Ya itu mungkin tadi, tahun 2019 misalnya menggaet difabel di Boyolali. Untuk tahun ini, kita membuat mereka dapat membuat batik dahulu, tahun kedua Sriekandi Patra ini mau diapain ya



	mungkin seperti ditargetkan dapat membuat salah satu ciri khas batik Srikandi Patra itu seperti apa, tahun ketiga apa ya, oh mungkin bisa dari pewarnaanya, itu simpelnya. Tapi mereka mungkin bisa memiliki angan – angan lebih dari itu, kita bisa dampingin mereka.
P	Oh begitu bu, lalu pada pelaksanaan CSR Difablepreneur ini ada struktur organisasinya, maksudnya ada penanggung jawab dan tugas – tugasnya gitu?
N	Kalau teman – teman lokasi itu sebenarnya membantu fungsi CSR. Jadi mereka yang di TBBM Boyolali itu sebenarnya bukan orang Comm & CSR, makannya mereka membantu kita untuk program – program itu. Sebenarnya mereka juga memiliki tugas pokoknya itu apa, tapi juga membantu agar program ini berjalan baik dan lancar gitu. Kalau penanggung jawabnya ya dari teman – teman langsung kekita di fungsi CSR.
P	Terus bu untuk dalam perencanaan maupun pelaksanaan kegiatan CSR itu, biasanya dalam pengambilan keputusan diambil secara bersama atau setiap PIC berhak mengambil keputusan secara individu?
N	Jadi gini, kalau untuk itu misalnya dari program yang di Boyolali ya. Awal temen – temen ngobrol di lokasi, wah ini bisa kita bantu nih. Mereka dikomunikasikan dahulu di tim lokasi yang mengambil keputusan juga mereka, di kami itu tinggal informasi dan laporan. Ini kita ada program ini anggaranya sekian, jadi sebenarnya yang memiliki program itu tim lokasi karena yang berhubungan langsung kan mereka ya, temen – temen lokasi. Jadi kami disini support, sambil membantu mengkomunikasikan kepada pusat gitu. Awal yang punya, nyari program, punya ide itu biasanya dari lokasi, atau kalau ide itu juga bisa dari kita, misalnya saya tahu di wilayah ini ada potensi, saya ngomong ke orang lokasi lalu mereka otomatis akan melihat, memutuskan dan menyampaikan seperti itu. Karena di lokasi itu ada PIC masing – masing ya.
P	Oh begitu bu, berarti untuk mekanisme persetujuannya akhirnya tetap dari fungsi Comm & CSR MOR IV ya Bu?
N	Enggak, tetep mereka yang punya program. Ya itu kami di fungsi ini cuma mengkomunikasikan kepada pusat terkait dengan anggaran itu, jadi mereka yang punya program, mereka yang merencanakan, mereka menghitung kebutuhan anggaranya berapa gitu. Itu nanti disampaikan kekami, dan kami yang koordinasi ke pusat terkait anggaran.
P	Lalu bu, untuk model CSR yang digunakan dalam melaksanakan program ini seperti ekonomi itu lebih ke menghasilkan laba, legal ke aturan hukum, etika ke praktek bisnis yang benar, adil dan fair, atau filantropi ke kontribusi masyarakat secara langsung?
N	Ya kalau CSR seperti yang saya katakan tadi sifatnya hibah, pastinya kontribusi masyarakat secara langsung juga dalam rangka membantu masyarakat sekitar juga agar dapat meningkatkan tingkat perekonomian mereka.
P	Untuk proses penetapan kelompok difabel yang dibantu bu, menggunakan strategi apa bu atau tetap dari riset atau bagaimana bu?

N	Tetap dari riset itu, dan mereka pasti sudah tahu. Maksudnya tu temen – temen Boyolali melihat dan kalau tidak salah tu tidak hanya dari satu desa. Jadi misal satu desa kelihatan ada ini, oh ternyata ini dulu yang ngajarin dari si A, ternyata si A ini udah agak lumayan. Jadi intinya mereka nanti kita satuin jadi satu kelompok difabel Sriekandi Patra. Difabel – difabel yang menyebar itu, kita buat rumah lah kasarnya gitu di Sriekandi Patra.
P	Oh jadi bisa berasal dari macam – macam desa ya bu, lalu dijadikan satu menjadi kelompok Sriekandi Patra gitu ya bu?
N	Iya.. lagian juga jalannya nggak boleh jauh – jauh ya, karena kan kasian juga untuk difabel harus ke satu rumah yang kita siapin, sementara kita menyusahkan mereka. Tujuan kita nggak seperti itu.
P	Berarti untuk bentuk atau jenis bantuannya gimana bu?
N	Kalau jenis bantuannya itu kita akan lihat, bisa infrastruktur, bisa pelatihan, bisa juga alat kalau untuk CSR. Kasarnya kayak tadi, Sriekandi Patra ya tadinya di rumah – rumah, kita buat yuk semacam pendopo untuk kumpul – kumpul atau kita buat showroom untuk hasilnya produk mereka, itu infrastruktur. Terus kalau misalnya kita berikan alat, alat membatik tu apa aja misalnya, kalau memang itu perlu. Terus pelatihan – pelatihan, nah biasanya sih kita undang orang yang memang berpotensi disitu, kita akan undang untuk melatih mereka. Kalau kita berikan dana, sih kayaknya enggak. Karena kan khawatirnya malah tidak kesitu, namanya orang pegang dana ya, khawatirnya programnya nggak jalan. Nah, ini tujuannya juga program – program CSR ini yang ada UMKM, bisa kita gandeng untuk jadi mitra binaannya. Jadi hubungan antara Pertamina dengan masyarakat UMKM itu nggak putus, jadi kita bantu CSR, juga bantu program kemitra binaannya, tapi kan programnya beda.
P	Lalu bu, untuk bentuk komunikasi atau koordinasinya waktu berjalannya program, bagaimana ya bu?
N	Kalau penerima manfaatnya biasanya hubungan langsungnya dari teman – teman lokasi Mb, karena kan yang hubungan awal program kan teman – teman lokasi ya. Jadi selain mereka yang menghubungi karena itu ada pembinaannya dari Pertamina, teman – teman pasti rutin misalnya ada kunjungan, komunikasi. Saya yakin sih, komunikasi teman – teman lokasi dengan penerima manfaat pasti baik ya.
P	Itu ada jadwalnya tidak ya bu, misalnya setiap berapa bulan sekali untuk kunjungannya sendiri?
N	Mungkin kalau pengawasannya ada jadwal, tapi lebih dibikin santai tapi jalan gitu lo. Jadi nggak terlalu formal banget gitu lah, formal sih iya dijadwalkan karena mereka kan harus ada laporan juga, mereka ada jadwal untuk kunjungan, jadwal untuk pelatihan, komunikasinya seperti apa itu pasti ada. Cuma kalau misalnya waktu lewat situ, eh mampir, main – main gitu ya nggak terjadwal sih.
P	Untuk keunggulan utamanya sendiri dari kegiatan CSR Difablepreneur dalam memberdayakan masyarakat apa ya bu?

N	Kalau keunggulannya ya alhamdulillah kita bisa membantu teman – teman difabel untuk berkarya ya, karena disana tu ada salah satu difabel namanya mas Wawan kalau nggak salah, tadinya dia nggak bisa batik nggak bisa ngapa – ngapain. Tapi karena ada teman – teman lokasi disana yang bisa menggandeng mereka dengan baik dan bagus, akhirnya si Wawan ini mau belajar membatik, dan sekarang dapat membatik, udah punya ciri khas sendiri batiknya si Wawan, lalu waktu kita ada program bantu Sekolah Luar Biasa (SLB) itu si Wawan kita minta untuk ngajarin anak – anak SLB itu, gimana caranya membatik. Itu kita bisa bersyukur ya, kalau saya bilang ya kita bisa membantu ke teman – teman difabel yang tadinya mungkin disisihkan atau disingkirkan, menjadi bisa lo ini membuat sesuatu gitu.
P	Tadi kan sebelumnya katanya pernah ada program yang serupa di Bali ya bu, tentang difabel. Nah, itu programnya apakah juga sama atau berbeda ya bu?
N	Beda, jadi kalau di Bali itu disana ada salah satu desa yang memang dikucilkan atau desa buangan untuk orang – orang cacat atau untuk orang difabel. Disana itu namanya Desa Kolok, karena disana itu bisu dan tuli ya jadi nggak bisa ngomong dan nggak bisa denger. Jadi disana, sebelum Pertamina masuk kesana itu rumahnya masyaallah kayak rumah nggak layak lah, rumahnya tu kayak dari seng, kiri kanan seng, tidak ada pintu, tidak ada jendela, jadi ya bisa dibilang hanya atap aja, karena waktu saya kesana itu pernah melihat satu rumah yang masih ada. Nah, dari situ Pertamina terketuk untuk membantu di sana, padahal di sana itu potensinya bagus. Makannya setelah dibantu oleh Pertamina, dibuatkan semacam suatu pendopo terbuka, selain itu ada fasilitas – fasilitas yang lain. Disana itu mereka ternyata ada potensi menari Bali, nah dari situ akhirnya dikembangkan – kembangin lagi. Bahkan kelompok difabel itu, pernah pentas dimana gitu lo, dia pernah ada pentas nari lah. Gimana kayak nggak bisa mendengar tapi mereka juga bisa mengikuti irama musik untuk menari. Terus juga ada bantuan fasilitas – fasilitas yang lain, kayak tadinya nggak punya kamar mandi, dan lain – lain akhirnya dibangunan itu oleh Pertamina. Jadi diajarkan sekalian sama mereka, hidup yang bersih itu seperti ini, kamu harus mandi, kalau buang air besar dan kecil tu disini misalnya gitu. Beda dengan program yang ada di Boyolali, kalau disana kan dilihat karena pernah ada difabel di sana yang bisa membatik gitu lo, akhirnya mengajarkan disitu kita kasih rumah.
P	Itu yang di Bali udah lama bu? Atau tahun berapa kira – kira bu?
N	Sudah lama, sudah lama sekali banget. Kayaknya sih, sekarang udah exit apa belum ya kayaknya sih sudah. Itu menjadi program binaannya Pertamina di Surabaya ya, karena Surabaya wilayahnya sama Bali.
P	Lalu bu, untuk dampak positifnya sendiri dari stakeholder utama atau keuntungan yang diperoleh dari customer, shareholder dan market, society dan evironment, dan employee/pegawai terhadap CSR Difablepreneur sendiri?

N	Kalau dampak positifnya pasti ada ya buat teman – teman juga, karena penilaian itu kan pasti ada, teman – teman itu ada nilai plus untuk bisa mengerjakan program – program CSR yang diluar tugas utamanya dia, itu positifnya. Dan untuk masyarakat sekitar ya pasti mereka bersyukur ya, misal tadinya tanah kosong terus ditanemin jadi subur kan mereka senang pasti ya. Jadi mereka yang tadinya hanya nongkrong – nongkrong, duduk – duduk nggak ada pekerjaan, terus dikasih fasilitas Pertamina untuk berbuat sesuatu misalnya gitu, pasti mereka akan bersyukur dan tetap mengembangkan program – program itu. Contohnya, banyak sekali yang awalnya program CSR kemudian menjadi sesuatu yang mendatangkan rejeki misalnya. Tadinya berawal dari bagus gitu, lalu kemudian dipasarkan juga secara online seperti instagram, akhirnya banyak orang yang datang kesitu. Untuk Pertamina sendiri sih ya nilai PROPER itu ya, untuk <i>core</i> bisnisnya sih kayaknya nggak begitu, soalnya kalau <i>core</i> bisnis kan pasti untuk pembelian BBM dan lain – lain, kan jauh dari situ. Cuma ada juga program yang bisa bergandengan erat dengan <i>core</i> bisnis, contohnya itu bekas – bekas pelumas, apa namanya itu yang bisa tempat oli, aspal. Nah itu bisa dimanfaatkan CSR untuk bisa berkarya lewat apa gitu, contohnya bisa dibikin kursi, sofa, meja, itu untuk <i>core</i> bisnisnya ya. Cuma kalau untuk meningkatkan penjualan kayaknya sih jauh dari situ ya.
P	Berarti bu untuk indikator keberhasilan dari pelaksanaan CSR itu berdasarkan nilai PROPER tadi ya bu?
N	Selain nilai PROPER, juga keberhasilan dengan masyarakatnya ya. Berarti kalau nilai PROPERnya bagus berarti kan masyarakatnya juga berkembang. Jadi awalnya, pasti ini ke masyarakat dulu, menyambutnya bagaimana, kalau mereka menyambutnya dengan baik pasti programnya berjalan dengan baik lancar dan hasilnya juga pasti baik. Kalau nilai PROPER itu juga kan setelah ada program, menggandeng masyarakatnya seperti apa, keberhasilan masyarakatnya seperti apa. Jadi program – program CSR itu bukan Pertamina yang kerja, tapi masyarakatnya. Kita ngajak masyarakat untuk yuk kita memajukan ini, Pertamina akan support. Tapi juga dilihat masyarakatnya seperti apa, misal kita ada uang banyak nih tapi masyarakatnya nggak mau kerja kan sama aja to, gitu.
P	Kendala sendiri pada perencanaan hingga pelaksanaan CSR Difiable ini seperti apa ya bu?
N	Ya mungkin kalo khususnya difabel ini, awalnya pasti soal komunikasi ya. Selain soal komunikasi pasti juga akan membangkitkan semangat dan kepercayaan diri dari difabel seperti apa, itu mungkin kendalanya. Jadi nggak gampang juga kan membangkitkan ‘kamu pasti bisa deh, kamu bisa’, itu kan nggak gampang kan. Tapi mohon maaf kalau saya salah, biasanya kalau dorongan dari keluarga itu udah nggak bagus pasti anaknya juga akan minder kan.
P	Biasanya untuk awalnya komunikasi gitu apakah dibantu dengan pihak dari orang tua, atau ada pendampingnya gitu?
N	Kalau di Boyolali tu pasti ada, selain teman – teman Boyolali mendapatkan info ada ini pasti kita akan kekeluarga. Kalau komunikasi

	kan pasti kita awalnya kekeluarga dulu, kayak kasarnya ‘pak aku mau ambil anakmu lo pak, tak ajak maju bareng – bareng.’ Nanti kalau misalnya sudah komunikasi, pasti mereka ada pendampingannya ya yang sudah biasa dengan mereka. Kalau pendampingannya lebih orang yang udah biasa berkomunikasi dengan mereka akhirnya menyambungkan komunikasi dengan kita gitu. Biasanya mereka bisa pake bahasa isyarat atau pelan – pelan diajak bicara dengan hati. Kalau saya nggak salah dengar waktu itu, ada satu orang yang punya kegiatan batik misalnya. Nah terus kita menggaet, kok banyak banget difabel – difabel. Makannya kita berdayakan itu.
P	Pada program yang telah dijalankan itu, apakah telah sesuai dengan filantropi Pertamina sendiri bu?
N	Kalo untuk CSR pasti sudah lah ya hehehe, pasti mereka sudah mikirin sih.
P	Bu, untuk dokumen presentasi mengenai struktur, konsep, strategi, model, dan implementasi CSR Difablepreneur ada nggak ya bu?
N	Nah itu temen – temen Boyolali yang punya, kan dia sebelumnya pasti punya <i>scope of work (SOW)</i> , karena kan memang syaratnya untuk CSR mereka harus punya itu.
P	Terus bu berkaitan dengan stakeholder, pendapat stakeholder sendiri terkait performance Pertamina, bagaimana selama ini?
N	Stakeholder siapa ini?
P	Mungkin dari LSM, media, masyarakat, dan lain – lain.
N	Kalau masyarakat pasti sudah mengakui Pertamina, baik itu terkait dengan core bisnisnya, ato dengan program – program terkait CSR maupun PKBL itu pasti mereka sudah tahu lah, kalo LSM, kami memang bisa dibilang tidak pernah berhubungan dengan LSM, kalo dengan media ya alhamdulillah teman – teman media Semarang, Jogja, Solo, dan lain – lain hubungan baik. Ya pasti mereka juga mengakui lah ya, kalau dengan stakeholder yang lain dengan aparat pedesaan yang kita bantu, kita adakan program CSR pasti mereka juga bisa dibilang berterima kasih sekali dengan adanya program CSR Pertamina, terutama yang sudah mendapatkan nilai – nilai PROPER yang bagus yaitu PROPER Emas ya, itu pasti akan berkembang terus dan menjaga hubungan baik terus dengan Pertamina.
P	Untuk pemberitaan di media masa sendiri bu, Pertamina itu lebih ke tone pemberitaan positif atau negatif? (Lampirkan data yang mendukung)
N	Positif lah, teman – teman media kan sudah kita gandeng dengan baik. Nanti datanya saya berikan ya.
P	Baik bu heheh... untuk kegiatan perencanaan PR sendiri untuk mencapai reputasi dari Pertamina sendiri tu bagaimana sih bu?
N	Yang jelas membina hubungan baik, kita positif thinking, kalau untuk kehumasan salah satunya kita berhubungan baik dengan stakeholder – stakeholder kita, karena kita memiliki tujuan membina hubungan baik dengan mereka supaya kalau misalnya terjadi apa – apa kita bisa saling membantu, saling menolong gitu. Salah satunya dengan teman – teman

	media, karena media itu kan kalau sudah maaf kata kesentil dikit kan keluar pemberitaan – pemberitaan negatif. Makannya kita rangkul sebaik mungkin dengan teman – teman media, jadi selain untuk pemberitaan baik, kita merangkul mereka untuk menjaga nama baik Pertamina juga. Selain dengan media, misal dengan Kapolda baru kita pasti juga audiensi dengan beliaunya gitu sih, lebih ke membina hubungan baik aja.
P	Peranannya media itu berita lebih melakukan pemberitaan atau ada hal lain gitu bu yang dilakukan media?
N	Kalau media itu selain pemberitaan – pemberitaan yang baik, bisa dibilang sebagai informan juga ya menurut saya, karena kalau misalnya mereka melihat sesuatu misalnya di SPBU ada pembelian dengan dirijen dan dirijen itu dilarang ya itu pasti akan menginformasikan kekita, jangan sampai itu kepegang sama orang / media yang bodrex maaf kata, kalau media bodrex kan biasanya pemberitaannya yang gitu – gitu. Nah, sebelum kepegang mereka pasti mereka akan menginformasikan kekita dulu. Nanti kita dapat informasi seperti itu, kita kan segera mengklarifikasi nih biar itu berita nggak naik, agar masyarakat juga nggak melihat Pertamina seperti apa gitu.
P	Kalau untuk indikatornya sendiri bu, ada tidak sih bu indikator reputasi yang baik bagi Pertamina?
N	Pasti ada ya, jadi kayak ada semacam contohnya kecelakaan kerja. Itu pasti mengurangi nilai. Misal MOR IV lah tapi amit – amit aja, kok sering ada kecelakaan mobil tangki, ini kecelakaannya dimana, itu pasti akan dipantau terus dengan pusat. Kenapa sih kok selalu ada seperti ini, pembinaan dari MOR IV apa itu pasti menjadi penilaian, selain pada kecelakaan kerja mobil tangki, ada juga yang untuk keselamatan kerja. Makannya diseluruh lokasi atau MOR ada yang namanya fungsi HSSE, dimana itu akan meminimalisir bahkan meniadakan adanya kecelakaan atau keselamatan kerja, karena pasti itu akan mengurangi nilai.
P	Berarti penilaian indikator itu dari pusat ya bu?
N	Iya, makannya dari fungsi HSSE meminta kita misalnya melihat apa yang membahayakan pekerja, membahayakan siapapun dilaporkan kekami, biar tidak terjadi sesuatu. Selain, itu prestasi – prestasi apa yang sudah diterima oleh lokasi tersebut misalnya MOR IV, itu juga akan masuk kedalam penilaian kantor pusat.
P	Kemudian kalau media monitoring sendiri, apakah Pertamina juga melakukan hal tersebut?
N	Iya, itu lebih ke bagian Public Relation biasanya mereka akan melakukan media monitoring setiap hari. Jadi kita juga bisa memantau perkembangan apa yang terjadi di media terkait dengan Pertamina, itu juga bisa menjadi evaluasi buat kita kalau ada pemberitaan negatif, tapi ya jangan sampai ada juga kalau bisa.
P	Kalau untuk datanya sendiri apakah ada data pendukung mengenai media monitoring tersebut bu?
N	Iya ada, coba minta saja nanti ke bagian PR ya.

P	Baik bu, untuk pertanyaan terakhir maaf ya bu kalau capek. Terkait CSR Difabelpreneur sementara karena ada pandemi corona ini itu gimana bu kegiatan disana, masih jalan atau vakum bu?
N	Kalau untuk program CSR dan lainnya tetap jalan, meskipun kondisi sekarang. Cuma tetap mengingatkan ke teman – teman semuanya, baik dari fungsi Comm & CSR, dan seluruh fungsi lainnya untuk menaati, mematuhi protokol Covid. Jadi meskipun begini, pekerjaan kan harus tetap jalan, nggak mungkin akan berhenti terutama yang core bisnis. Sebenarnya kalau CSR itu misalnya pun nggak jalan sebenarnya nggak papa, cuma karena ada penilaian dan sudah ada program yang dicanangkan tahun 2020, walaupun ternyata ada Covid sementara program itu tetap jalan, asalkan menaati protokol Covid. Misalnya, tidak ada kerumunan massa, jadi survey ya tetep social distancing, menjaga jarak, dan protokol Covid lainnya. Jadi pekerjaan tetap jalan, tetap mematuhi protokol tersebut.
P	Untuk CSR Difabelpreneur kan ada membuat batik – batik itu berarti tetap jalan tapi sesuai dengan protokol ya bu sementara ini?
N	Iya tetap jalan sementara ini, pasti kan mereka juga butuh pemasaran untuk kain batiknya. Meskipun batik mereka kurang laku misalnya, pasti teman – teman ngajarin inovasi lain pembuatan batik itu seperti dibuat masker atau lainnya. Cuma disana pasti teman lokasi juga melaksanakan protokol lah, karena kita juga mau menjaga semuanya.
P	Baik bu, terima kasih ya bu atas jawabannya. Maaf mengganggu waktunya.
N	Iya nggak papa, nanti kalau masih kurang – kurang bisa dikoordinasikan dengan Mb Thia atau Mas Imam ya.
P	Siap bu, terima kasih Bu Anna.

## TRANSKRIP WAWANCARA

“Pemanfaatan Kegiatan Corporate Social Responsibility Difiablepreneur sebagai Media untuk Membangun Reputasi Bisnis Pertamina”

Identitas Informan :

Nama : Marthia Mulia Asri

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 31 Tahun

Jabatan : SR. Supervisor CSR & SMEPP PT. Pertamina MOR IV

Telepon : 081223443489

N : Narasumber

P : Peneliti

P	Selamat sore Mb Thia, maaf mengganggu waktunya. Ini langsung ke pertanyaan aja ya mb, biar agak cepat hehehe...
N	Okey boleh, gimana?
P	Sebelum merencanakan kegiatan CSR itu, biasanya melakukan identifikasi isu terkini gitu nggak Mb?
N	Ada sih, jadi setiap tahun kan Pertamina dengan BUMN lain diundang sama Provinsi itu ya, dia ngasih rapat koordinasi gitu tentang bantuan jadi kita dikasih guidance sama Kota atau Provinsi. Jadi Pemkot atau Pemrov gitu biasanya bikin mana yang bisa dijadikan bantuan CSR, bisa dibikin tempat pengelolaan sampah, bantuan. Kalau Provinsi biasanya lebih lengkap lagi, misalnya daerah rawan bencana di Jawa Tengah tu dimana aja, itu kan CSR udah ada berapa banyak sektor kan, pementasan kemiskinan, bencana alam, kesehatan ibu dan anak sama kesehatan umum, fasilitas sarana umum, sama peningkatan ekonomi. Nah itu, kita bisa lihat sih apa isu yang paling mau kita <i>up</i> dulu nih. Pertamanya dari Pertamina dulu nih, tahun ini temanya apa terus nanti kita oke, berarti dari si booklet yang dikasih Pemprov itu kita pilih yang ini, terus itu akan jadi tujuan kita untuk pilih bantuannya gitu.
P	Berarti panduannya emang dari Pemerintahnya langsung ya mb?
N	Iya, sama kayak bencana alam. Bencana alam di Jawa Tengah ini rawannya apasih, oh banyaknya banjir, yang kedua longsor kalau gitu biayanya biasanya bencana banjir itu untuk seminggu berapa nih kita kasih bantuannya, bikin posko tenda umum atau apa misal 200 juta satu kota.



P	Oh gitu mb, okey lanjut ya mb. Kalau kegiatan CSR sendiri itu sama nggak sih mb dengan community development?
N	Kalau itu sebenarnya hampir sama, cuma kalau community development itu biasanya kan satu titik yah, kalau CSR itu seharusnya lebih luas sih bukan cuma giving back to society tapi juga cangkupannya bukan cuma komunitasnya aja tapi juga lingkungannya. Kalau komunitas kan kesannya kayak peoplenya, itu juga ke lingkungannya udah gitu edukasinya lebih meluas sih bukan cuma ke komunitas yang ada di Ring 1 aja itu kayak 1,5 kilometer dari kanan kiri lokasi.
P	Terus mba kalau biasanya bentuk CSR sendiri yang sering dilakukan oleh Pertamina itu gimana? (Cause Promotion, Cause Related Marketing, Corporate Social Marketing, Corporate Philantrophy, Corporate Volunteering, Social Responsible Business)
N	Biasanya semuanya ada sih kecuali yang cause promotion ya, sebenarnya itu bukan ke CSR sih kalau dikita kayak <i>marcom</i> . Lebih ke Corporate Social Marketing, Corporate Philantrophy, Corporate Volunteering sama Social Responsible Business sih. Kalau yang Cause Related Marketing lebih ke campaign, kayak kita lagi ada campaign beralih ke non subsidi, gaya hidup tanpa sampah, itu CSR juga masuk sih kesini. Kita bikin desa – desa tanpa sampah disini. Kalau yang Philantrophy itu kayak Covid gini mau ngasih bantuan dana / jasa belum tentu mereka bisa ini kan, jadi yaudah kadang kita kasih <i>feeding</i> / bantuan makanan, tenaga medis gitu – gitu. Kalau volunteering itu setiap Hari Pendidikan Nasional yang Pertamina untuk Negeri itu kan, sama waktu itu pernah kayak kita sama – sama pekerja mungutin sampah yang ada di Karimunjawa. Kalau Social Responsible Business itu pasti sih, di setiap lokasi kita ada 11 TBBM.
P	Lalu mb, untuk strategi CSR yang biasa digunakan untuk mencapai tujuan dari visi misi Pertamina apa ya mb?
N	Kita biasanya bikin itu sih, pertama tema kayak temanya apa misalnya 2 tahun lalu temanya kesehatan ibu dan anak, berarti ditahun ini kita lebih fokus gimana mengurangi angka kematian ibu dan anak. Jadi, bikin posyandu banyak, udah gitu pelatihan kader, terus peninjauan sarana prasarana, jadi ada temanya sih biasanya kita gitu.
P	Baik mb, terus mb untuk CSR Difablepreneur sendiri itu latar belakangnya kayak gimana ya mb dari data kuantita atau kualitasnya gitu?
N	Kalau CSR difablepreneur itu sebenarnya nggak ada data kuantita sih, jadi itu awalnya di inpoint sih sama teman – teman bisnis di Boyolali. Mereka bilang kalau ada komunitas difabel yang dia nggak mau cuma dikasih bantuan aja tapi dia juga bisa pake buat jualan, dan selama ini mereka jualan jasa tapi karena pandemi jadi susah jualan jasa, jadi mereka mau jualan yang secara daily kan, yaudah jualan gas mau terus kita bikin kayak semi pangkalan gitu di komunitasnya, terus nanti kita modalin setiap orang dijadiin agen. Jadi kan kita bukan ngasih barang aja tapi juga dijadiin dia agen buat lapangan pekerjaan dia juga kan. Misinya itu buat dapetin subsitusi kayak biasanya.

P	Itu yang difablepreneur mb? Sama yang batik itu beda apa nggak mb?
N	Jadi di Boyolali itu ada 2 untuk difablepreneur, ada yang batik sama Komunitas Difabel Ampel. Lucunya itu adalah si difablepreneur yang batik itu kan pingin meluas ke difabel – difabel lain, cuma ada yang kesinggung kayak biasanya kan teman – teman difabel kayak gampang kesinggung ya terus itu anak difabel Ampel. Terus waktu aku kasih bantuan yang bright gas itu untuk jadi modal agen delivery gas, malah jadi bagus. Akhirnya si difablepreneur itu bisa diajak kerjasama lagi sih.
P	Oh jadi kayak kolaborasi gitu ya mb..
N	Iya kolaborasi gitu. Tapi kalau yang difablepreneur yang batik itu tujuannya supaya mereka mau ngebaur sih kalau jaman dulunya kan si orang tua banyak yang menyembunyiin, jadi di Kartu Keluarga ada tulisannya 5 anak tapi yang keluar rumah cuma 4 gitu, karena yang satunya itu kayak dianggap aib lah gitu, makannya si CDO ( <i>community development officer</i> ) dia ngajak bantu kayak ‘ayo kita belajar bareng – bareng’, awalnya mereka tu ada yang 10 tahun di rumah aja nggak ngapa – ngapain, nggak ketemu tetangga. Jadinya kita juga ajarin cara bergaul dengan yang lain, udah gitu kalau ada yang mau pesen itu gimana caranya kita terima konsumen, ya gitu sih awalnya cuma sosialisasi belum jadi komersil. Setaun dua tahun kemudian jadi komersil, makin bagus. Akhirnya awalnya orang tuanya bilang ‘ah apasih anakku dikasih kegiatan nggak jelas’ jadi mau sih. Sekarang udah lumayan, banyak yang pesen karena media kan juga udah berapa kali ada kunjungan liputan nasional itu lumayan ngangkat juga.
P	Oke, oke mb. Terus kalau program CSR Difablepreneur ini pada proses perencanaannya itu melakukan analisa segmentasi juga nggak mb?
N	Pertama social mapping dilakuin di Ring 1 desa itu, apasih masalahnya yang ada disitu. Setelah tanya – tanya sama Kepala Desa, Kepala Puskesmas gitu – gitu, oh disini itu angka difabelnya cukup tinggi, jadi dalam satu desa itu ada 10-20 difabel di desa itu dan disembunyiin. Bahkan untuk pemeriksaan kesehatan itu kayak ‘gausah – gausah, gapapa’ gitu, kayak ditutupin gitu saking aibnya. Itu yang jadi dasarnya dari temen – temen disana ngangkat Difablepreneur.
P	Oh begitu mb, kalau untuk penelitian penyusunan program awalnya ada wawancara gitu – gitu nggak mb?
N	Iya ada itu tadi social mapping.
P	Baik baik mb, terus untuk tujuan yang jelas dan terukur (objective) gitu dari kegiatan CSR Difablepreneur ini ada nggak mb?
N	Kalau itu misalnya program difabel ini kita udah masuk tahun ketiga, kalau dari kita pinginnya tahun kelima itu udah mandiri, jadi nggak usah ngasih bantuan suntikan lagi dia udah bisa jalan sendiri, udah <i>settle</i> lah. Jadi, kalau CSR itu kita pinginnya yang kita kasih pancingan nih selama satu tahun sampe dua tahun, tahun ketiga kita udah lepas. Itu namanya udah berhasil gitu.
P	Lalu mb, untuk program CSR Difablepreneur ini kegiatannya ngapain aja mb?

N	Paling kalau difablepreneur ini ngajarin batik ya, karena kan mereka macam – macam ada yang tuna daksa, cuma bisa pake tangan dan kuas. Ada juga yang tuna wicara, jadi tangannya lengkap, dia bisa bikin motif batik. Ada juga yang tuna netra, jadi macam – macam sih yang penting mereka tahu dasarnya dulu, kemudian mengembangkan pake skillnya dia. Misal, ada yang cuma bisa dititik – titikin tapi jadi batik, ada yang dia dibikin kayak shibori sih.
P	Itu biasanya difabel itu ada <i>range</i> umurnya gitu nggak mb?
N	Ya macam – macam sih, paling kecil ada yang umur 14 atau 15 tahun gitu.
P	Lalu, untuk pemasaran dari produk ini biasanya gimana mb?
N	Biasanya kita bantu untuk koordinasikan sama mitra binaan kita yang lain, ya istilahnya kita yang cari pelanggan lah, tapi juga biasanya kalau ada kunjungan dari luar kita mengajak berkunjung ke workshop itu biar pada tertarik juga. Terus kita juga punya media sosial kayak instagram gitu sih, jadi lebih mudah juga buat menampilkan atau informasi tentang batik karya difabel ini. Jadi membantu mereka untuk diapresiasi karena karyanya juga.
P	Oh baik – baik mb, kalau untuk pencapaian atau penghargaan yang didapatkan Pertamina terkait program CSR yang dilakukan ada datanya nggak mb?
N	Itu banyak banget sih, ada datanya itu. Kalau nggak kamu buka aja diwebsite <a href="http://pertamina.com">pertamina.com</a> , buka yang <i>sustainability report</i> nanti bisa didownload, disitu ada penghargaannya. Jadi sustainability report itu laporan keberlanjutan bukan cuma bisnisnya tapi juga CSRnya.
P	Oke mb, nanti saya cek juga diwebsitenya. Lanjut mb, kalau CSR Difablepreneur ini termasuk kedalam program mitra binaan nggak mb?
N	Jadi goalsnya gini, awal basicnya 0 dia cuma punya tekad lah istilahnya, punya SDM yang siap dibentuk, kita kasih bantuan dana berupa fisik kayak bantuan fasilitas tempat ngumpul, alatnya, udah gitu pelatihannya jatuhnya kan hibah ya itu. Jadi disini benar – benar dibantu sampe settle. Nah, dari situ dia bisa menghasilkan penjualan pasti kan butuh bantuan modal lagi buat mandiri, kita kasih program mitraan itu atau pinjaman. Pinjaman itu cara kita buat exit dari hibah itu, jadi kita ganti dari hibah ke pinjaman.
P	Terus kalau dari konsep sistem program kemitraan sendiri itu bentuknya gimana mb?
N	Konsep sistemnya itu jadi kita kan ada biaya 3 % nya dari total pinjaman, itu bukan untuk biaya bunga atau administrasinya si PKBL tapi untuk pameran atau pelatihan. Misal biaya pameran di INACRAFT itu kita bisa sampai 100 juta terus kita beli sampai 12 stand, berarti 1,2 M kan. Nah, 12 stand itu bisa dipakai untuk mitra binaan yang memang kita seleksi bagus gitu jadi dia dapet gratis kan, dan itu biasanya penjualan bisa sampai berapa ratus juta sih. Jadi mereka bukan cuma dapetin pinjamannya, tapi juga dapat pembinaanya itu berupa pameran. Misalnya sekarang kita lagi pingin inkubasi teman – teman mitra binaan sebanyak 50 untuk sukses penjualan di sosial media, jadi dia akan coaching selama 6 minggu udah

	gitu kita kerjasama dengan wartawan buat fotoin produk mereka, jadi bukan cuma kita kasih ilmu jualan di sosmed atau di e-commerce, tapi juga kasih paket untuk fotoin produknya, dan kasih desain juga buat di sosmed. Jadi bisa siap juga jualan di sosmed atau online gitu sih.
P	Wow, lumayan banyak juga ya mb berarti.
N	Iya makannya kita menekankan tu mitra binaan yang punya produk sih, bukan yang cuma jual kelontong gitu karena kita susah juga nge <i>up</i> nya gitu.
P	Oh gitu okey mb, lalu ada indikator untuk pemilihan calon mitra binaan dari Pertamina sendiri?
N	Ada sih, itu dibawah 1 M asetnya, omsetnya dibawah 200 juta setahun sama minimal udah 1 tahun usaha, jadi kalau belum 1 tahun kita biasanya nggak approve, sama jaminan sih pasti.
P	Baik mb kalau begitu, terima kasih banyak Mb Thia buat waktunya..
N	Iya, gapapaaa semangat yaa..

## TRANSKRIP WAWANCARA

“Pemanfaatan Kegiatan Corporate Social Responsibility Difablepreneur sebagai Media untuk Membangun Reputasi Bisnis Pertamina”

Identitas Informan :

Nama : Aning Karindra

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 37 Tahun

Jabatan : Wartawati Jateng Pos

Telepon : 08122776668

N : Narasumber

P : Peneliti

P	Selamat siang Mb, maaf mengganggu waktunya. Ini ada beberapa hal yang ingin saya tanyakan terkait Pertamina kepada media Jateng Pos.
N	Boleh mb, gimana mb?
P	Dari pihak Pertamina sendiri apakah selalu rutin mengirim release kegiatan CSR?
N	Kalau dari pihak Pertamina termasuk rutin sih mb, biasanya minimal sebulan bisa ngirim 2 kali.
P	Lalu mb, release yang dikirimkan tersebut sudah mencakupi informasi yang dibutuhkan sama masyarakat gitu nggak mb, kayak lengkap isinya?
N	Untuk datanya pasti sudah lengkap mb, tapi biasanya kalau ada yang kurang kita bakal nanyain ke PR nya apa informasi yang kurang.
P	Oh begitu mb, untuk release yang biasanya dikirimkan itu juga udah memenuhi unsur 5 W + 1 H dan <i>news value</i> atau belum ya mb?
N	Sudah Mb.
P	Untuk PR Pertamina sendiri mudah untuk dihubungi mb?
N	Sangat mudah sekali Mb.
P	Lalu, apakah narasumber dari pihak Pertamina sendiri terpercaya? (kredibel)
N	Sangat kredibel mb.
P	Apakah dari Pertamina juga kooperatif mb, dalam memberikan informasi yang dibutuhkan misal dalam keadaan urgent atau mendadak gitu mb?
N	Sangat kooperatif mb, biasanya mereka juga online 24 jam jadi kita juga bisa langsung tanya kebutuhan kita. Jadi kitanya juga bisa gerak cepat.

P	Lalu, dari Pertamina sendiri sering nggak sih mb mengadakan press conference yang membahas isu tertentu gitu?
N	Sering dan aktif sih mb, jadi mereka selalu membahas isu terkini juga biasanya.
P	Terus dalam melakukan kegiatan press conference, Pertamina selalu menampilkan data statistik juga untuk menjadi data pendukungnya mb?
N	Kalau itu pasti mb, karena data statistik yang biasanya paling dibutuhkan wartawan untuk menambah nilai berita itu sendiri.
P	Lalu selain press conference, untuk media gathering juga sering dilakukan oleh Pertamina nggak mb?
N	Sering mb, itu setahun bisa 1-2 kali sih. Kalau tujuannya bisa ke luar kota atau luar Jawa.
P	Terus manfaat yang didapatkan dari kegiatan media gathering itu apa ya mb?
N	Ya tentunya kebersamaan, keakraban, jadi enaknya nggak ada batasan antara mana wartawan dan manajemen atau tim PR dari Pertamina, karena kita udah dirangkul jadi kayak keluarga gitu sih mb.
P	Lalu, apakah dari Pertamina juga mengadakan press tour atau kunjungan ke lingkungan operasional perusahaan mb?
N	Pernah si mb sering, biasanya ke wilayah TBBM, atau ke kilang minyak dan lain – lain sih mb.
P	Kalau dari PR sendiri juga sering memberikan entertainment fee berupa amplop atau merchandise lainnya nggak mb?
N	Tidak selalu, paling sebagai ucapan atau tanda terima kasih aja sih mb.
P	Oh begitu mb, untuk pertanyaan terakhir pertimbangan apa yang biasanya diangkat saat mau menulis berita tentang CSR Pertamina?
N	Yang kita lihat lebih ke nilai berita yang layak atau tidak untuk dipublikasikan mb.
P	Baik mb, kalau gitu terima kasih ya mb untuk waktunya.
N	Iya mba, sama – sama ya.

## TRANSKRIP WAWANCARA

“Pemanfaatan Kegiatan Corporate Social Responsibility Difiablepreneur sebagai Media untuk Membangun Reputasi Bisnis Pertamina”

Identitas Informan :

Nama : Darmawan & Sri Surwani

Jenis Kelamin : Laki - Laki

Usia : 16 Tahun & 50 Tahun

Narasumber : 1. Difabel  
2. Pendamping / Relawan

Telepon :

N1 : Narasumber difabel

N2 : Narasumber pendamping / relawan

P : Peneliti

P	Halo mas Darmawan, saya tanya – tanya dikit nggak papa ya mas? Sambil ngebatik aja nggak papa mas hehehe...
N1	Iya..
P	Mas Wawan udah lama ikut kegiatan CSR Difiablepreneur ini mas?
N1	Sudah hampir 3 tahun, 3 apa 2 bu hahaha..
N2	Jalan tahun ketiga, sejak 9 April 2018. Pokoknya kita dibekukan jadi workshop Srikandi Patra itu sejak 9 April 2018, jadi teman – teman ini bergabungnya pas tanggal itu juga. Ya awalnya sih mereka nggak langsung mengerjakan mencanting gitu, awalnya menggambar dimedia kertas, mencantingnya dimedia kertas, sesuai dengan kreativitas mereka. Ibu – ibu pendamping kita ini juga awalnya belajar dari kertas dulu.
P	Kalau untuk polanya sendiri bu, sesuai kreativitas atau bagaimana?
N2	Kalau polanya sementara ini baru motif daun, pohon – pohon, bunga. Kalau dulu sih kita pernah bikin yang ada motif hewannya, malah banyak yang nggak suka. Kalau khusus Darmawan sih pake kuas, kalau canting susah.
N1	Gemeteran, panas dingin, hilang fokus, mau pingsan hahaha...
P	Hahaha nggak papa mas malah kayak ngelukis juga. Lalu mas Darmawan selama ini kebutuhannya disediakan secara lengkap nggak mas, dari peralatan dan tempat lain – lain?

N1	Selama ini disediakan semuanya, dari peralatan, alat penyunting juga, pokoknya semuanya udah disediakan dengan baik juga.
P	Berarti mas Darmawan langsung buat aja ya mas?
N1	Iya, langsung buat aja..”
P	Lalu mas Wawan sendiri, selama melakukan workshop ini mas Wawan bisa menambah kemampuan membatiknya, dari awalnya bisa nggak mas?
N1	Sebelumnya sih, belum punya basic sama sekali. Cuma tahu kalau batik itu kesenian tradisional aja, belum tahu basicnya tapi tahu tentang batik kalau basicnya jujur belum tahu.
P	Jadi awal – awalnya tekniknya gitu belum tahu ya mas?
N1	Belum tahu.. sama peralatannya udah tahu, tapi caranya belum baru tahu dikit tentang batik. Setelah disini, baru tahu segalanya tentang batik, peralatan apa aja yang digunakan, gimana caranya membatik, bikin pola sendiri. Pokoknya banyak banget ilmu yang didapetin disini.
P	Itu diajarin sama siapa mas awalnya?
N1	Inspirasinya kebetulan karena dari dulu nggak dapat ide, karena nyunting susah hahaha...”
N2	Dulu awalnya dari PT. Pertamina itu ada mitra kerja jadi instruktur PI di PT. Zola Jogja. Awalnya tahun 2017, yang namanya mb Yuni dikirim TBBM Boyolali sini mengikuti program pelatihan di Yakkum. Awalnya dia mintanya laundry, kalau laundry itu nggak usah pelatihan aja yang penting bisa nyuci, bisa nyetrika aja ya. Terus maunya menjahit, itu katanya harus pakai ijazah ada surat – surat gitu kan, ya karena dia nggak sekolah terus jadinya membatik, jalan satu – satunya yang nggak ada persyaratan itu cuma membatik. Jadi setelah mb Yuni dapat pelatihan itu, dia ikut bergabung di PT. Zola itu selama kurang lebih 8 bulan. Setelah 8 bulan, mb Yuni pingin pulang teringat disini, yang sama dengan mb Yuni. Terus ternyata di desa kita ini banyak yang disabilitas, tapi rata – rata sudah berkeluarga, sudah lansia. Jadi kalau kita mau merebut kayaknya kesusahan juga. Terus rata – rata juga ada yang tuna grahita, kalau seperti itu kan kami juga nggak berani mb, jadi bergabunglah Mb Yuni sendiri, dek Darmawan, Mb Iva, Mb Sri sama yang satunya Mb Lestari. Jadi kita ber 5 akhirnya nguri – uri warisan budaya, khususnya dalam bidang batik.
N1	Karena dulu setelah lulus sekolah juga di rumah nggak ngapa – ngapain, cuma nonton TV.
P	Biar produktif juga ya mas ikut gini.
N1	Iya, dulu diajak juga sama Mb Nur itu (CDO Pertamina) datang ke rumah, ngajakin ikut program ini awalnya ragu juga..
P	Kenapa ragu mas?
N1	Karena kurang yakin dulu, masa sih saya itu bisa bikin batik kayak di TV – TV itu, sedangkan saya kan nggak tahu ya basic – basic membatik itu apa aja. Akhirnya saya berpikir itu, berapa jam itu bu, saya berpikir satu jam lebih kayaknya, pikir – pikir, timbang – timbang, akhirnya mau ikut program ini buat menambah wawasan dan melestarikan kebudayaan tradisional.



P	Iya betul mas, terus udah ada berapa batik mas yang dibuat? Uдах banyak ya mas?
N1	Ya alhamdulillah udah lumayan, saya juga tidak menghitung haha..
N2	Uдах berapa ya mb, kalau dulu awal dia bikin terus ada tamu yang datang rata – rata peminatnya yang garis – garis bikinan dia. Tapi setelah ada kasus ini (corona), kami juga kosongkan gedung ini selama 2 bulanan. Kita ikut lockdown, baru jalan 2 minggu ini karena kemarin gedungnya juga dipake buat jadi posko.
P	Berarti kalau pandemi ini kemarin selama dilockdown, membatiknya juga di rumah atau gimana?
N1	Kita diberi pekerjaan rumah..
N2	Mereka kami beri kain, karena rata – rata listrik di ruma 450 watt. Terus kompor ini 300 watt lebih, jadi ya boros juga.
P	Terus kemarin disuruh ngapain bu waktu dirumanya?
N2	Kemarin cuma disuruh menggambar aja..
P	Oh begitu bu, untuk jadwal kegiatan CSR ini biasanya dilakukan sehari – hari atau bagaimana ya bu?
N2	Iya dari hari Senin – Jumat, mulainya ya sekitar jam 9an sampai jam 3 sore. Kalau hari jumat lebih cepat biasanya.
P	Baik bu, lalu biasanya kalau membuat batik sendiri lebih ke kain saja atau dibuat baju gitu – gitu bu?
N2	Kalau sementara ini kain aja, tapi kita pernah menerima pesanan baju juga, sarung bantal, goodie bag, pouch, selendang. Terus itu juga ada titipan dari produk UMKM Tawang Sari.
P	Lalu mas Darmawan, apa dari Mb Nur selaku CDO dari Pertamina atau mas mbak yang lain selalu hadir kalau ada kegiatan ini?
N1	Iya pasti selalu ada Mb Nur..
P	Berarti Mb Nur siap sedia kalau mas Darmawan atau teman – teman yang lain butuhin ya di sini.
N1	Iya mb Nur udah lama dari dulu bareng terus sama saya.
P	Kalau untuk Bu Sri sendiri, udah mendampingi selama berapa tahun dengan difabel – difabel ini?
N2	Ya sejak awal mb sudahan..
P	Kenapa ibu bersedia untuk membantu difabel – difabel disini, apa yang membuat ibu tergugah sendiri atau ibu juga kebetulan suka batik gitu?
N2	Sebenarnya juga dulu mikirnya panjang mb, hahaha karena kami selain itu kan juga aktivis di posyandu, PKK, lalu dipikir – pikir mereka juga punya hak seperti kita kalau tidak kita yang beri semangat, dukungan, itu mau siapa lagi. Saya tuh sampai berpikir ‘siapa ya yang mau saya ajak jadi relawan gitu’, terus ibu ini (Ibu Siti) saya ajak dia mau, terus ada lagi ada lagi yang mau, alhamdulillah jadi banyak. Pokoknya intinya kita hanya relawan, nyiapin semuanya kita ikhlas, kita niatnya ibadah demi mereka karena mereka kalau mau di rumah saja, ya kalau nanti selamanya orang tuanya sehat, selamanya akan kuat, jadi biar mereka mandiri juga kan nggak selamanya bergantung sama orang tua juga.

P	Lalu mas Darmawan, kalau kunjungan dari pihak Pertamina sendiri gitu juga sering nggak mas?
N1	Sering iyaa..
P	Biasanya ngapain aja itu mas?
N1	Ya sharing – sharing, cerita, ngobrol, ikut batik juga, belajar juga. Biasanya kalau ada apa – apa saya yang lebih sering ngobrol sama pihak Pertamina, kalau belajar bareng sama lainnya juga.
P	Yaudah mas Darmawan, bu Sri makasih banyak udah mau ngobrol – ngobrol ya. Semangat juga buat mas Darmawan membatiknya, jangan patah semangat ya mas.
N1	Iya, terima kasih.. senang juga bisa dikunjungi disini.
N2	Iya sama – sama mb, orang – orang disini tu senang kalau ramai ada yang ngajak ngobrol bareng – bareng soalnya biasanya gitu juga. Lain kali kesini lagi ya mb..
P	Siap Bu..

## TRANSKRIP WAWANCARA

“Pemanfaatan Kegiatan Corporate Social Responsibility Difablepreneur sebagai Media untuk Membangun Reputasi Bisnis Pertamina”

Identitas Informan :

Nama : Yayuk Tuti Supriyanti

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 58 Tahun

Jabatan : Kepala Desa Tawang Sari

Telepon : 085747070707

N : Narasumber

P : Peneliti

P	Selamat siang bu, maaf mengganggu waktu ibu sebentar ya mau tanya – tanya sedikit nih mengenai CSR Difablepreneur dari Pertamina sendiri bu.
N	Iya boleh mb, ada apa mb?
P	Menurut ibu sendiri, antusiasme masyarakat difabel terkait mengikuti kegiatan CSR ini gimana bu?
N	Antusiasme masyarakat difabel apa untuk semuanya?
P	Difabel dan masyarakat sekitarnya juga bu..
N	Kalau difabel alhamdulillah semangat, orang biasanya cuma duduk manis dirumah, tidur, nggak ada penghasilan kan dia jadi ada kegiatan. Kegiatan tu tidak hanya kegiatan saja, tapi kan juga menghasilkan, ya artinya senang. Dengan adanya ini, malah pinginnya batik terus karena beliau sudah mendapatkan CSR, pendidikan, dan ilmunya. Kalau kita ngasih motivasi kedia kan bahwa sekarang kamu tuh ada orang tua, ada sodara, ada siapapun juga banyak yang membantu, tapi kalau nanti sudah pada meninggal semua siapa yang mau membantu, artinya alhamdulillah sudah mandiri lah.
P	Kalau dari masyarakatnya sendiri bu?
N	Kalau dari masyarakat, banyak masyarakat yang pingin ikut ya. Kemarin tuh ada pelatihan dari Provinsi kebetulan, saya mencari program dari sana itu ada 30 orang untuk latihan disitu nanti digabung dengan yang disabilitas. Jadi nanti disabilitas nanti itu pusatnya ya, nanti ibu –ibu yang membuat di rumah kan bisa dititipkan di tempat workshopnya.

P	Oh begitu bu, terus ada nggak sih bu kayak perubahan sikap dari anak – anak difabel sendiri dari sebelum dan sesudah mengikuti kegiatan CSR ini?
N	Perubahan sikapnya banyak sekali, kalau dulu kan tidak pernah mengenal orang lain kan, tidak pernah berhubungan dengan orang lain, jangankan berhubungan keluar rumah saja tidak pernah, terus juga orang tua tidak mendukung, istilahnya kalau keluar itu kan ada ketakutan dari orang tua jangan – jangan nanti di luar itu disia – siakan atau diapain. Akhirnya sekarang berhubungan dengan orang lain udah pede. Waktu awal kita mau ngambil satu Mb Yuni itu saja susahya bukan main, sampai taruhannya itu kepala saya kalau emang di sana itu disia – siakan gitu. Setelah kita yakinkan, baru mau dibawa ke Jogja untuk di sekolahkan, diterapi, itu baru boleh setelah pendekatan terus menerus.
P	Kalau dari orang tuanya sekarang bu terhadap anak – anak difabel itu gimana bu?
N	Sekarang senang, justru malah pandemi ini bilang ‘kok sekarang nggak ada kerjaan ya’ gitu, kok kerjanya kurang’ karena Covid itu kan, yang biasanya anak – anak itu bisa kerja di sana batik atau lainnya itu, bisa kumpul disana kok sekarang nggak ada kerjaan, tapi ya Covid mau gimana lagi.
P	Berarti orang tuanya juga ikut kebantu ya bu?
N	Kebantu juga, paling nggak orang tua itu udah bangga ya. Ibaratnya kalau orang tua dulu, saya mati itu udah ayem kalau orang Jawa bilangya gitu, anak saya udah punya penghasilan sendiri tidak bergantung dengan orang lain.
P	Iya benar bu, lalu untuk pelaksanaan sendiri dari CSR ini rutin nggak bu, seperti kunjungan dan lain – lain gitu?
N	Iya rutin, sebenarnya dari difabelnya juga sudah biasa datang pagi jam 8-9 terus kegiatan membatik itu sampai sore jam 3, kan juga ada CDO sama relawan disana yang membantu. Kalau desa itu kan hanya mengawal ya nanti ada apa konsultasinya sama desa, desa ada apa nanti konsultasinya sama CDO. Jadi ada kolaborasi antara Kepala Desa, CDO, sama disabilitas yang ada di situ. Kemudian ada kunjungan dimana pun juga kan itu pasti diomongin sama desa, mau ada kunjungan ini, misalnya kurangnya apa, karena kan emang tempatnya punya desa otomatis ya mau tidak mau harus berhubungan dengan desa, karena yang diberi CSR adalah desa mau tidak mau desa juga bertanggung jawab disitu.
P	Baik bu, berarti waktu merancang program itu juga melibatkan desa ya bu?
N	Iya semua, karena waktu dulu awal kami mencari CSR kita udah punya program ya, punya masterplan nya disitu, jadi tidak mungkinlah BUMN memberikan CSR tanpa ada masterplan nya kan nggak mau ya, alhamdulillah di sana sudah ada. Kemudian untuk enterpreneurnya disabilitas memang menyusul, disana belum ada waktu itu jadi menyusul dikemudian hari, kita melihat kenyataan di lapangan. Kadang – kadang kan kita meleset dari masterplan nya tapi juga tidak begitu jauhlah

	melesetnya. Sewaktu itu kita lihat di lapangan ada pengobatan gratis dari sana, ada pendidikan, ada ekonominya, ada kesehatan, ada macam – macam pokoknya kalau di lapangan kan kita temukan meskipun sebelum kita membuat masterplan kan sudah menemukan hal itu. Setelah di lapangan kita menemukan hal – hal yang kemarin belum masuk ke renstra ataupun belum masuk yang lain, kita menemukan hal baru itu nanti digunakan. Kalau nanti yang disabilitas tidak dipikirkan oleh kita, nanti siapa yang mau mikirin, nggak ada yang mau mikir. Mumpung Pertamina masih berperan di situ, ada sambutan baik juga meskipun nggak masuk di masterplan nya karena itu program baik ya, tidak semua orang pasti mau memikirkan hal itu, alhamdulillah disambut baik juga dengan Pertamina.
P	Kalau untuk masukan atau usulan dari desa terkait suatu program, ada yang diadopsi gitu nggak bu ke programnya Pertamina?
N	Semua program kita usulkan ke Pertamina, program saya seperti ini meskipun meleset dari masterplan nya. Jadi masterplan udah dipegang sama Pertamina, kemudian ada CSR dari Pertamina ini ada uang segini terus apa yang mau dikerjain terlebih dahulu, kita kerjakan dulu kita melihat masterplan yang kemarin mungkin ada usulan seperti yang tadi, apa yang harus didahulukan ya kita dahulukan, untuk masyarakat yang betul – betul membutuhkan ya kita dahulukan.
P	Baik bu, untuk kegiatan dari Pertamina sendiri selalu menghadirkan inovasi – inovasi baru nggak sih bu?
N	Kita selalu konsultasi ya dengan CDO, kita ngomong – ngomong saya punya inovasi seperti ini, punya gagasan seperti ini, ayo kita berkolaborasi dari Pertamina seperti apa. Nggak mungkin kita bisa jalan sendiri, nggak mungkin. Kita harus jalan – jalan bersama, jadi ada inovasi apa kita kerjakan bersama, kalau emang itu layak untuk dikerjakan ya ayo kita kerjakan bersama.
P	Baik – baik bu, terakhir ini bu hehehe... ada nggak sih bu dampak dari kegiatan CSR Difablepreneur ini terhadap kesejahteraan masyarakat desa Tawang Sari sendiri?
N	Kesejahteraan secara umum atau untuk siapa?
P	Kesejahteraan secara umum bu..
N	Kalau untuk umum banyak ya, karena ada kunjungan juga mengurangi pengangguran, ada orang jualan, ada orang keliling ke desa – desa. Paling tidak UKM nya juga laku, kan kita UKM juga dibina sama Pertamina, jadi begitu datang sampai di tempat workshop, kita antar juga ke UKM disana ada ini, jadi ekonomi kan muter. Jadi ekonomi tidak hanya berhenti didifabel saja, tapi juga rata kayak sayang deng udah sampai sini (Boyolali) nggak punya oleh – oleh, disini juga ada river tubing disuruh liat aja dulu nggak usah main, akhirnya kan kita lihat jadi senang. Nggak mungkin kita menawarkan yang muluk atau yang atas dulu tapi belum liat sama sekali kan nggak mungkin. Pokoknya kita perlihatkan saja dulu, nggak usah harus ini harus ikut gitu nggak usah, maka orang itu akan tertarik sendiri. Jadi dari omongan satu orang itu, nanti bisa menyebar ke orang lain. Jadi tidak hanya difabel yang diuntungkan namun juga desa

	ikut diuntungkan. Semua kan simbiosis mutualisme, saling menguntungkan. Harapan kami kan ya bisa lanjut terus sampai program saya selesai lah.
P	Iya bu benar, kalau untuk masukan ada lagi nggak bu atau kritik saran untuk Pertamina?
N	Ya itu pokoknya nggak usah berhenti CSRnya hahaha.. karena ada inovasi baru itu tahun ini. Cita – cita nya ya emang biar mandiri, tapi kalau ada dorongan kan juga cepat mandirinya, ini istilahnya udah jalan tapi belum cepet, padahal harapannya kan bisa jalan cepet.
P	Hehehe iya bu, yaudah bu terima kasih untuk waktunya bu Yayuk. Maaf kalau mengganggu waktunya ya bu, semoga programnya CSR ini jalan terus ya bu hehee...
N	Iya mb, sama – sama makasih juga udah mau mampir di Desa Tawangsari ini

## FOTO KEGIATAN



Wawancara terhadap Kepala Desa Tawang Sari didampingi oleh CDO Pertamina



Lokasi Tempat Sriekandi Patra di Desa Tawang Sari, Boyolali



Foto bersama difabel dan pendampingnya