

STRATEGI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT PERTAMINA EP TERHADAP PENINGKATAN CITRA PERUSAHAAN MELALUI KOPERASI MINA AGAR MAKMUR DI TAMBUN

(Studi Kualitatif Deskriptif pada PT. PERTAMINA EP dalam Koperasi Mina Agar
Makmur di Desa Tambaksari Kecamatan Tirtajaya, Karawang)

Maura Salsabilla Andini¹, Dr. Amalia Djuwita, Dra., M.M.²

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
Maurasalsabila@student.telkomuniversity.ac.id¹, djuwita@telkomuniversity.ac.id²

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility dalam suatu perusahaan memiliki peranan penting bagi kesejahteraan kehidupan masyarakat dan untuk citra perusahaan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *corporate social responsibility* PT.Pertamina EP terhadap peningkatan citra perusahaan melalui Koperasi Minar Agar Makmur di tambun. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori strategi CSR Oliver Laasch (2010) dari buku karya Totok Mardikanto yang terdiri dari strategi keunggulan bersaing, strategi sumberdaya, strategi stakeholder, strategi manajemen krisis dan strategi yang lainnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini didukung oleh informan ahli, informan pendukung dan praktisi ahli, dari penelitian yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa dalam membentuk suatu kegiatan Koperasi Minar Agar Makmur sangat dibutuhkan penyusunan dan perencanaan strategi *corporate social responsibility* secara baik, efektif dan terprogram, sehingga program koperasi memberikan dampak yang signifikan bagi masyarakat desa tambaksari, dengan keberhasilannya kegiatan program CSR akan meningkatkan citra perusahaan, *good image* dan kepercayaan masyarakat kepada PT.Pertamina EP

Kata Kunci: CSR, *Corporate Social Responsibility*, PT.Pertamina EP, Strategi *Corporate Social Responsibility*

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility in a company has an important role for the welfare of people's lives and for the image of the company, this study aims to analyze the corporate social responsibility strategy of PT Pertamina EP to improve the company's image through the Minar cooperative to prosper in Tambun The theory used in this research is Oliver Laasch's (2010) CSR strategy theory from Totok Mardikanto's book which consists of competitive advantage strategies, resource strategies, stakeholder strategies, crisis management strategies and other strategies. The method used in this research is descriptive qualitative, with data collection techniques in the form

of observation, interviews and documentation. This research is supported by expert informants, supporting informants and expert practitioners, from the research that has been done it can be concluded that in forming an activity of the Minar Agar Makmur Cooperative, it is very necessary to formulate and plan a corporate social responsibility strategy in a good, effective and programmed manner, so that the cooperative program will provide a significant impact on the community of Tambaksari village, with the success of the CSR program activities will improve the company's image, good image and public trust in PT Pertamina EP

Keywords: *CSR, Corporate Social Responsibility, PT.Pertamina EP, Corporate Social Responsibility strategy*



1. Pendahuluan

Dalam suatu perusahaan BUMN, Kegiatan CSR dapat dinyatakan sebagai salah satu strategi yang mengakomodasi berbagai kebutuhan dan kepentingan publik, sehingga dalam pelaksanaan program kegiatan CSR, perusahaan mampu membina hubungan timbal balik yang baik antara perusahaan dengan masyarakat dalam jangka waktu yang panjang dan berkesinambungan. Saat ini beberapa perusahaan, memenuhi tanggung jawab sosialnya (melalui program CSR), yang diimplementasikan dalam berbagai bentuk kegiatan dengan melibatkan berbagai mitra, peranan mitra kerjasama menjadi salah satu faktor penentu dalam keberhasilan pelaksanaan program CSR. Oleh karena itu perusahaan perlu memikirkan strategi dalam menjalin komunikasi dengan masyarakat sekitar, agar saling mendukung dan menguntungkan kedua belah pihak sehingga tidak terjadi dampak sosial yang *negative*. Apabila kegiatan CSR ini dilaksanakan dengan baik, dan berkesinambungan serta sesuai dengan tujuan, maka kegiatan ini akan memberikan dampak positif bagi perusahaan, yaitu meningkatkan citra yang baik dan memperlancar bidang usahanya.

Dalam meningkatkan citra perusahaan, maka perusahaan dapat memilih isu-isu CSR yang menarik dan berbeda dengan perusahaan lainnya, sehingga masyarakat merasa tertarik dengan kegiatan tersebut. Konsep CSR yang menarik dan berbeda, dapat dimasukkan dalam strategi CSR suatu perusahaan, yang disusun secara terencana

dan berkesinambungan, serta diimplementasikan secara menarik sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekitar dan *Stakeholder*. Untung (2008) menegaskan “bahwa melalui CSR, perusahaan memang tidak akan mendapatkan profit atau keuntungan, harapan dari kegiatan tersebut yaitu berupa benefit citra perusahaan. Semangat *Corporate Social Responsibility* menjadi salah satu alternatif yang perlu dikembangkan dalam menjawab soal mendasar isu sosial, dan lingkungan”. Pada prinsipnya program CSR dijadikan sebagai strategi keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Dalam meningkatkan citra perusahaan, maka perusahaan tersebut dapat memilih isu-isu CSR yang menarik dan berbeda, dengan perusahaan yang lainnya, sehingga masyarakat merasa tertarik dengan kegiatan tersebut, juga dapat memberikan kontribusi nyata dan dampak yang signifikan. Mengembangkan konsep CSR dengan program yang menarik dan berbeda, dapat dimasukkan dalam strategi CSR, yang disusun secara terencana dan berkesinambungan, serta diimplementasikan secara menarik, berkesinambungan sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekitar dan *Stakeholder*.

Salah satu perusahaan BUMN yang telah mentaati untuk melakukan kegiatan PKBL (Program Kegiatan Bantuan Lingkungan) adalah PT. Pertamina EP. Sebagai informasi bahwa PT. Pertamina EP adalah anak perusahaan dari PT. Pertamina (Persero), yang bergerak dalam sektor hulu minyak dan gas untuk mengelola Wilayah Kuasa Pertambangan, kegiatan

eksplorasi ditujukan untuk mendapatkan penemuan cadangan migas baru sebagai pengganti hidrokarbon yang telah di produksi. Laporan PKBL tersebut wajib dibuat oleh perusahaan dalam rangka memenuhi kewajiban untuk mengkomunikasikan kepada seluruh manajemen perusahaan mengenai aspek, lingkungan, sosial dan tata kelola perusahaan secara baik dan benar mengutip dari sumber situs Otoritas Jasa Keuangan. Berdasarkan table 1.1, terlihat publikasi laporan dari tahun 2006-2015 di lingkungan BUMN. Meskipun pelan kegiatan CSR ini ada kecenderungan peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2013 jumlah kumulatif — perusahaan BUMN yang melakukan publikasi laporan secara keberlanjutan sebanyak 25 perusahaan, dalam daftar perusahaan tersebut, PT. Pertamina sudah melakukan laporan keberlanjutan, sejak tahun 2011

Berikut tabel yang menunjukan daftar perusahaan yang sudah melakukan *Sustainability Report* atau Laporan Keberlanjutan, diambil dari sumber utama situs kementerian BUMN (<http://www.bumn.go.id>).

No	BUMN	Sektor	Situs	Status	Tahun Mulai
1	Petrum Perhutani	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	http://perumpetuhutani.com	Not Listed	2014
2	PT Adhi Karya Tbk	Konstruksi	http://adhi.co.id	Listed	2009
3	PT Aneka Tambang Tbk	Pertambangan dan Penggalian	http://antam.com	Listed	2006
4	PT Angkasa Pura I	Transportasi dan Pergudangan	http://angkasapura1.co.id	Not Listed	2013
5	PT Angkasa Pura II	Transportasi dan Pergudangan	http://angkasapura2.co.id	Not Listed	2013
6	PT Asuransi ABBRI	Jasa Keuangan dan Asuransi	http://asabri.co.id	Not Listed	2012
7	PT Asuransi Jasa Indonesia	Jasa Keuangan dan Asuransi	http://jasindo.co.id	Not Listed	2013
8	PT Asuransi Kerugian Jasa Raharja	Jasa Keuangan dan Asuransi	http://jasaraharja.co.id	Not Listed	2014
9	PT Bank Mandiri Tbk.	Jasa Keuangan dan Asuransi	http://bankmandiri.co.id	Listed	2013
10	PT Bank Negara Indonesia Tbk	Jasa Keuangan dan Asuransi	http://bni.co.id	Listed	2009
11	PT Bank Rakyat Indonesia Tbk	Jasa Keuangan dan Asuransi	http://bri.co.id/	Listed	2012
12	PT Bank Tabungan Negara	Jasa Keuangan dan Asuransi	http://bta.co.id	Listed	2010
13	PT Bio Farna	Industri Pengolahan	http://biofarna.co.id	Not Listed	2012
14	PT Hutama Karya	Konstruksi	http://www.hutamakarya.com	Not Listed	2008
15	PT Jasa Marga Tbk	Transportasi dan Pergudangan	http://jasmarga.com	Listed	2007
16	PT Kereta Api Indonesia	Transportasi dan Pergudangan	http://kereta-api.co.id	Not Listed	2014
17	PT Len Industri	Industri Pengolahan	http://len.co.id	Not Listed	2013
18	PT Pelabuhan Indonesia II	Transportasi dan Pergudangan	http://indonesiaport.co.id	Not Listed	2013
19	PT Pembangunan Perumahan Tbk	Konstruksi	http://pp.com	Listed	2009
20	PT Pertamina	Pertambangan dan Penggalian	http://pertamina.co.id	Not Listed	2011
21	PT Perusahaan Gas Negara Tbk	Pengadaan Gas, Uap, dan Udara Dingin	http://pgn.co.id	Listed	2009
22	PT PLN	Pengadaan Gas, Uap, dan Udara Dingin	http://pln.co.id	Not Listed	2011
23	PT Pupuk Indonesia Holding Company	Industri Pengolahan	http://pupuk-indonesia.com	Not Listed	2013
24	PT Semen Indonesia Tbk	Industri Pengolahan	http://semenindonesia.com	Listed	2009
25	PT Tambang Batubara Bukit Asam Tbk	Pertambangan dan Penggalian	http://ptba.co.id	Listed	2007
26	PT Telkom Tbk	Informasi dan Telekomunikasi	http://telkom.co.id	Listed	2006
27	PT Timah Tbk	Pertambangan dan Penggalian	http://timah.com	Listed	2007
28	PT Wijaya Karya Tbk	Konstruksi	http://wika.co.id	Listed	2010

Tabel 1.1 Daftar Perusahaan yang telah membuat Laporan Keberlanjutan

Jika dilihat dari tabel diatas banyak perusahaan BUMN Indonesia yang belum melaksanakan PKBL sehingga tidak membuat laporan keberlanjutan secara transparan. Walaupun sudah ada undang-undang yang mengatur untuk mewajibkan adanya pelaksanaan CSR di setiap perusahaan, masih saja sampai saat ini kualitas pelaksanaan CSR di setiap perusahaan Indonesia masih relatif rendah, dengan perusahaan mengadakan pelaksanaan kegiatan program CSR, *Corporate Social Responsibility* mempunyai hubungan yang sangat dekat dengan masyarakat binaan, dan akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan untuk mempertahankan maupun meningkatkan citra perusahaan.

Citra perusahaan merupakan dimana suatu pihak lain memandang dan memperhatikan suatu perusahaan yang sedang melakukan suatu kegiaiatan, yang dapat berhubungan dengan masyarakat sekitar secara langsung maupun tidak langsung sehingga hasil kegiatan ini membangun suatu kesan atau reputasi perusahaan.

Dengan paparan di atas, saya sebagai penulis tertarik untuk menganalisis lebih dalam penelitian ini. Dengan judul penelitian “Strategi CSR PT Pertamina EP Asset 3, Terhadap Peningkatan Citra Perusahaan melalui Koperasi Minar Agar Makmur di Tambun”. Dalam penelitian ini akan menjelaskan, PT Pertamina EP Tambun Field, sedang berupaya untuk membangun kolaborasi dan sinergi dengan Pemerintah setempat, untuk membantu peningkatan kesejahteraan kehidupan masyarakat sekitar, khususnya masyarakat pesisir di sekitar Area Ring 1 Wilayah Kerja Operasi PT. Pertamina EP Asset 3, Tambun Field, Desa Tambaksari, merupakan desa tambak, dengan luas

wilayah desa sekitar 2.061,8 hektare, dimana sekitar 72,83 persennya (1.501,7 hektare) berupa area tambak. Mayoritas mata pencaharian masyarakatnya sebagai petani tambak dan buruh. Petani tambak di desa ini umumnya membudidayakan bandeng, udang dan rumput laut. Saat itu, tahun 2015 petani tambak di desa ini masih menggunakan sistem budidaya konvensional, yaitu dengan sistem monokultur. Monokultur adalah sistem budidaya satu jenis ikan atau organisme dalam suatu kolam. Dalam budidaya sistem ini, untuk memelihara ikan bandeng, udang atau rumput laut, para petani tambak membutuhkan lahan seluas 3 hektare dengan volume air sebanyak 18.000 liter.

Yakni sistem budidaya ikan dan organisme lain dalam satu kolam. Jika dalam sistem monokultur dibutuhkan lahan seluas 3 hektare dan air 18000 liter. Sedangkan untuk memelihara bandeng, udang dan rumput laut secara terpisah, dengan sistem Polikultur hanya dibutuhkan air sebanyak 6000 liter saja. Hasil panennya itu, naik menjadi dua kali lipat. Sistem Salome inilah yang diterapkan petani Tambaksari sejak 2015.

Tujuan dari kegiatan program CSR ini, bagi perusahaan adalah meningkatkan citra perusahaan dan manfaat untuk membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan taraf perekonomian masyarakat khususnya masyarakat pesisir di sekitar Area Ring 1 Wilayah Kerja Operasi PT Pertamina EP Asset 3, Area Tambun Field. Adapun maksud lainnya adalah untuk menciptakan kegiatan yang bermakna bagi penyelamatan lingkungan, meningkatkan kemampuan warga dalam berorganisasi melalui koperasi dan mendorong inovasi pengembangan usaha rumput laut. Keuntungan bagi PT. Pertamina EP Asset 3, Area Tambun Field, pelaksanaan program tersebut

merupakan suatu tanggung jawab sosial lingkungan perusahaan, sesuai dengan Peraturan Pemerintah, (PP No.47 tahun 2012) tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Selain itu, kegiatan ini merupakan upaya membangun kolaborasi program dengan pemerintah setempat. Penerima manfaat program ini adalah masyarakat Tambaksari.

1.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Turut Merencanakan dan Menganalisis Strategi Kegiatan Program CSR yang akan dilakukan PT. Pertamina EP Aset-3, di Area Tambun Field,
- b. Mengetahui kegiatan Koperasi Mina Agar Makmur, dalam strategi CSR yang telah disusun dapat peningkatan citra perusahaan di Wilayah Desa Tambaksari, Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang, Propinsi Jawa Barat.
- c. Mengetahui apakah dengan adanya kegiatan Koperasi Minar Agar Makmur ini dapat mensejahterakan kehidupan masyarakat Tambaksari

2. Tinjauan Pustaka

2.1.1 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

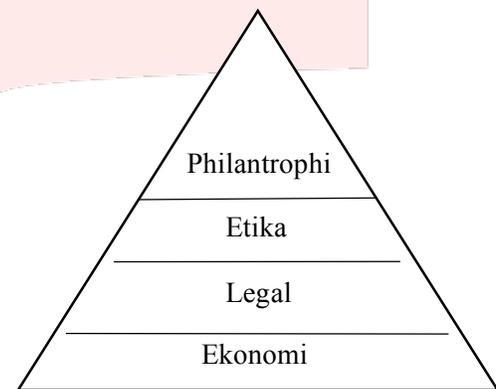
Suatu Perusahaan yang telah melaksanakan tanggung jawab bisnis mendapatkan istilah *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Menurut Windsor 2001 (Oliver laasch dan Roger Conaway 2016 :74) menjelaskan bahwa dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* memicu keraguan yang signifikan tentang keberadaan CSR yang akan berkembang dalam suatu teori

dan praktek suatu perusahaan. tanggung jawab sosial perusahaan yang berkerlanjutan bertujuan untuk membangun suatu bisnis yang berkontribusi dalam pembangunan keberlanjutan dan konsisten kepada masyarakat sekitar yang terkena dampak sosial dan lingkungan seperti memberikan program bantuan, Pendidikan, Kesehatan dan alat sarana prasarana yang dibutuhkan oleh masyarakat binaan. Berikut gambar dinamika dan definisi tanggung jawab bisnis, manajemen yang bertanggung jawab, bisnis yang keberlanjutan dan pembangunan keberlanjutan dalam buku *Responsible Business* (Laasch dan Conaway 2016 :75)

Menurut Komisi Komunitas Eropa 2006 CSR merupakan suatu konsep perusahaan mengintegrasikan masalah sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dalam interaksi mereka dengan pemangku kepentingan secara sukarela. Ini tentang perusahaan yang memutuskan untuk melampaui persyaratan dan kewajiban hukum yang berasal dari kesepakatan bersama untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan masyarakat. Melalui CSR perusahaan dapat membantu perekonomian, sosial dan lingkungan dalam buku *Responsible Business* (Laasch dan Conaway 2016 :78)

2.1.2 Model CSR

Dalam buku *Responsible Business* (Laasch dan Conaway 2016 :78) menjelaskan adanya piramid model CSR Model CSR *Pyramid* (Caroll, 1979)



Gambar 2.1 Piramid CSR

Dalam model piramida tersebut mengkategorikan tanggung jawab yang berbeda hirarki.

1) Tanggung Jawab Ekonomi

Dalam tanggung jawab ekonomi piramida Carroll, perusahaan melakukan apa yang diperlukan untuk bertahan hidup secara. Pada tahap ini Carroll (1991) sudah mengembangkan tanggung jawab perusahaan bukan hanya pada kepentingan internal pemegang saham namun juga pada ekonomi level regional/sectoral. CSR merupakan salah satu strategi perusahaan dalam pencapaian tanggung jawabnya terhadap ekonomi.

2) Tanggung Jawab hukum atau *legal*

Responsibility

Legal Responsibility adalah bentuk tanggungjawab ekonomis, perusahaan harus melakukan apa yang diwajibkan oleh hukum, harus diikuti dengan aturan hukum yang jelas misalnya dengan menetapkan minimal pembayaran pajak yang dapat meningkatkan kesejahteraan *Stakeholder*.

3) Tanggung Jawab Etika atau *Ethical Responsibility*

Terkait etika bisnis yang menjadi landasan dan yang paling berdampak pada reputasi perusahaan. Perusahaan melakukan apa yang dianggap perilaku moral oleh pemangku kepentingan dan masyarakat, dalam buku *Responsible Business* (Laasch dan Conaway 2016: 86) etika bisnis merupakan studi keputusan yang benar atau salah secara moral dalam konteks manajeria

4) Tanggung Jawab Philantropi

Tanggung jawab kebijaksanaan merupakan level tertinggi dari piramida Caroll. Dalam tanggung jawab filantropi, Caroll menempatkan bahwa perusahaan pada level melebihi dasar harapan dan memilih secara bebas untuk terlibat dengan tanggung jawab harapan CSR bukan lagi pada kepentingan etika namun perusahaan melakukan hal yang lebih di atas etika. Perusahaan berjalan untuk kepentingan masyarakat dan lingkungan.

Keberadaan perusahaan akan meningkatkan kualitas hidup.

Maka Berdasarkan penjelasan diatas, maka dalam pelaksanaan program kegiatan CSR di PT. Pertamina EP Asset 3, Area Tambun Field melalui program Koperasi Minar Agar Makmur, tidak membebani biaya dalam ikut berperan serta dalam kegiatan koperasi itu, dengan terlaksanakannya kegiatan CSR ini, banyak masyarakat di Desa Tambaksari yang hidupnya terbantu, hal tersebut pun dapat meningkatkan citra perusahaan yang positif dan mendapatkan dukungan dari masyarakat sekitar.

2.1.5 Strategi CSR

Strategi *Corporate Social Responsibility* merupakan proses yang menggabungkan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan strategi perusahaan secara totalitas. Gabungan tersebut didapatkan ketika perusahaan memberikan kontribusi pada lingkungan sosial nya, sesuai dengan keunggulan-keunggulan yang dimiliki suatu perusahaan yang sudah melakukan CSR tentu saja, kegiatan program CSR tersebut juga harus memberikan profit bagi perusahaan nya, seperti mendapatkan citra perusahaan yang positif serta dapat dipercaya oleh masyarakat sekitar dan lingkungan. Oleh karena itu dari penjelasan diatas, penulis dapat menyimpulkan, bahwa strategi CSR ikut serta dalam keterlibatan dari pemangku kepentingan, dimana suatu perusahaan tidak akan bisa berdiri atau berjalan sendiri, karena mereka satu susunan yang saling berkaitan, dan strategi *Corporate Social Responsibility* yang baik dapat menentukan atau menetapkan arah

dari suatu kegiatan CSR, sehingga kegiatan program tersebut, sesuai dengan tujuannya dan tidak ada penyimpangan tujuan, serta kegiatan program CSR ini dapat memenuhi kebutuhan masyarakat sekitarnya.

Strategi CSR juga dapat memberikan dukungan kepada perusahaan, secara berkesinambungan dalam membangun dan mempekuat identitas pasar yang dimilikinya. Manfaat dari proses strategi *Corporate Social Responsibility* dalam perusahaan yaitu terbentuknya nama perusahaan yang baik dan akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan dalam jangka waktu yang panjang, dengan adanya strategi CSR ini dapat membangun citra perusahaan yang peduli dengan keseluruhan *stakeholder* dan akan mempengaruhi pembeli dalam membeli barang-barang dari perusahaan tersebut. Oliver Laasch 2010)mengemukakan beberapa strategi CSR seperti:

Oliver Laasch 2010 (Mardikanto 2014: 174) mengemukakan beberapa strategi CSR seperti:

- a. Strategi Keunggulan bersaing, menempatkan *Corporate Social Responsibility* untuk menciptakan dan mengembangkan keunggulan bersaing
- b. Strategi Sumberdaya, yang berhubungan dengan mengelola sumberdaya perusahaan (kinerja lingkungan, prinsip-prinsip yang beretika, dan hubungan *stakeholder*) etis dalam tahapan ini berarti merupakan suatu etika yang sesuai dengan skema keputusan yang berfilosofi.
- c. Strategi Manajemen krisis merupakan suatu aspek yang berhubungan dengan krisis sosial lingkungan serta kasus-kasus layak yang dapat digabungkan dengan program bisnis.

dalam buku *Communication Business Responsibility* (laasch dan conaway 2012: 57) menjelaskan bahwa suatu perusahaan atau organisasi dalam situasi krisis akan diawasi oleh pengawasan publik yang ketat, serta adanya krisis ini dapat berpotensi mempebesar parahnya situasi krisis yang terjadi, untuk manajemen suatu krisis dalam suatu perusahaan maupun organisasi dapat menggunakan etika krisis karena dapat mengurangi krisis yang menerpa (perusahaan atau organisasi menanggapi dengan cepat dan terbuka dalam melakukan tanggung jawab kepada masyarakat secara transparan melalui media sosial, portal berita)

- d. Strategi Stakeholders Merupakan suatu program bisnis yang hubungannya dengan pemangku kepentingan serta adil dalam keputusan strategi, dalam buku *Communication Business Responsibility* (Laasch dan conaway 2012: 16) mengemukakan bahwa suatu organisasi perlu terlibat lebih transparan dan merespon secara langsung kepada pemangku kepentingan, dengan itu stakeholder dapat menghasilkan lingkungan operasi yang lebih mudah, reseptif, dan perfoma meningkat
- e. Strategi yang lain, (termasuk philanthropy, pengelolaan lingkungan dan penilain dampak), merupakan suatu strategi yang memiliki suatu hubungan yang baik dengan wilayah sekitar perusahaan maupun

masyarakat sekitar, sehingga perusahaan dapat membangun citra perusahaan yang positif. Dalam tahapan strategi yang lain (Laasch dan Conaway 2016: 76) menjelaskan aspek filantropi, memaparkan bahwa suatu bisnis filantropi secara strategis harus meningkatkan keunggulan bersaing dengan kompetitor lainnya, dengan cara mengelola sumberdaya perusahaan, melakukan tanggung jawab sosial perusahaan secara efektif dan konsisten tentu akan memberikan dampak secara langsung dan bersifat positif kepada masyarakat yang dibina sehingga masyarakat sekitar akan menciptakan pandangan, kepuasan, kepercayaan ataupun nilai-nilai yang positif

2.1.8 Strategi *Corporate Social Responsibility* PT Pertamina (Persero)

PT.Pertamina (Persero) merupakan salah satu perusahaan BUMN terbesar di Indonesia, Pertamina (Persero) memiliki dua tanggung jawab besar dalam perusahaan. Pertama untuk meningkatkan profit (keuntungan) dalam rangka meningkatkan kesejahteraan negara, yang kedua adalah melaksanakan program CSR. Peran dan *Corporate Social Responsibility* Pertamina (Persero) melalui PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan). Pertamina (persero) dalam pelaksanaan PKBL merupakan bentuk komitmen *Corporate Social Responsibility* kepada masyarakat. Mengutip dalam situs Pertamina (Persero) memaparkan adanya beberapa inisiatif strategis sebagai wujud komitmennya:

- a. Pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan (melalui pendidikan perubahan perilaku, pola pikir, serta pelatihan keterampilan dan kesehatan)
- b. Berwawasan pelestarian lingkungan
- c. Terkait strategi bisnis

Dilaksanakan secara tuntas dan totalitas seperti: penyediaan prasarana, perubahan pola pikir, perilaku, tata nilai, dan membekali dengan pengetahuan dan keterampilan. Pertamina (Persero) mengelola kegiatan program CSR atau Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL), Bina Lingkungan dan Program Kemitraan (PK).

2.1.9 Citra perusahaan

Citra perusahaan merupakan dimana suatu pihak lain memandang dan memperhatikan suatu perusahaan yang sedang melakukan suatu kegiatan, yang dapat berhubungan dengan masyarakat sekitar secara langsung maupun tidak langsung sehingga hasil kegiatan ini membangun suatu kesan atau reputasi perusahaan,

Namun Ainul dkk (2015:4) dalam jurnal *Corporate Social Responsibility* menjelaskan bahwa citra merupakan suatu keyakinan, ide, serta kesan dalam sebuah objek. Dalam paparan diatas, dapat dipahami citra dan reputasi menegaskan pada kata kesan yang tertanam pada pandangan seseorang atau masyarakat.

Selain itu Menurut Shirley Harrison memaparkan adanya aspek mengenai citra atau kesan perusahaan yang lebih mendalam sebagai berikut:

- a. (kepribadian)
Kepribadian merupakan suatu karakteristik perusahaan yang dapat dipahami oleh publik dalam sasaran perusahaan
- b. (Reputasi)
Dengan adanya hal reputasi atau kesan yang baik, pandangan masyarakat juga akan menjadi positif

dalam melihat dan apa yang sudah dilakukan oleh perusahaan tersebut memiliki pandangan dan pengalaman telah dilakukan perusahaan tersebut,

c. (Nilai)

Setelah perusahaan tersebut mempunyai citra dan reputasi yang positif, perusahaan tersebut tentunya juga akan menambah nilai-nilai tambah

d. (identitas perusahaan)

Dengan adanya identitas perusahaan, masyarakat mudah untuk mendapatkan informasi tentang perusahaan tersebut seperti: mengenali profil perusahaan, tujuan perusahaan serta program apa yang sudah dilakukan dalam perusahaan tersebut

3. Metode Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, perumusan masalah, dan teori yang diuraikan, dalam penelitian ini, penulis memakai Metode kualitatif dan menggunakan pendekatan deskriptif. Menurut peneliti metode deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan proses- proses komunikasi linear, interaktif dan proses-proses transaksional.

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata atau kalimat yang fakta, dokumentasi atau gambar, menggunakan deskriptif dan kausal. Penelitian deskriptif merupakan penelitian bertujuan untuk mencari tahu nilai variabel yang mandiri, dengan tidak membandingkan, tetapi menghubungkan variabel yang satu dengan lainnya. Sugiyono (2014:11). Penelitian ini dilaksanakan di PT.Pertamina EP Asset 3, Lapangan Tambun, Desa Tambaksari, Karawang.

3.1 Teknik Pengumpulan data Primer dan Sekunder dalam Penelitian:

3.1.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti. data primer adalah sumber data yang dapat secara langsung diberikan kepada pengumpul data (Sugiyono, 2013:225). untuk memperoleh data primer, untuk mendapatkan data primer, peneliti melakukan kegiatan seperti berikut :

a. Wawancara

wawancara adalah metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh penanya wawancara kepada informan, dan jawaban-jawaban informan akan direkam dan dicatat.

b. Observasi

Menurut Nasution dalam Sugiyono (2018:106) menjelaskan bahwa observasi merupakan “Dasar semua ilmu pengetahuan, para ilmuwan hanya dapat berkerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi”.

3.1.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan suatu data diperoleh secara tidak langsung, diberikan kepada pengumpul. Dimana Teknik Pengumpulan yang dilakukan oleh penulis dengan tujuan untuk mendukung hasil observasi dan wawancara.

3.2 Teknik Keabsahan Data dan Teknik Analisis Data

3.2.1 Teknik Keabsahan Data

Dalam teknik keabsahan data, penulis akan menggunakan metode keabsahan data digunakan yaitu: Triangulasi. Triangulasi dalam melakukan keabsahan data dapat dilakukan dengan 3 cara yaitu:

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi Sumber berfungsi memeriksa kredibilitas data dilakukan dengan menelaah data yang sudah didapatkan serta dilakukan melalui beberapa sumber, dalam Sugiyono (2018:191).

b. Triangulasi Teknik

Teknik Triangulasi berfungsi untuk menelaah kredibilitas data, dilakukan dengan memeriksa data, kepada narasumber yang sama dengan metode yang berbeda, dalam Sugiyono (2018:191).

c. Triangulasi Waktu

Triangulasi Waktu berfungsi untuk menyesuaikan kredibilitas data. Data yang dikumpulkan melalui metode wawancara pada saat pagi hari serta nara sumber masih segar bertujuan untuk memberikan data yang valid dan efektif dan mendapatkan informasi yang lebih mendalam atau spesifik, dalam Sugiyono (2018:191).

3.2.2 Teknik Analisis Data

analisis data kualitatif, menurut Mile dan Huberman 1984(Sugiyono 2018:133) memaparkan bahwa “kegiatan menganalisis suatu data kualitatif dilaksanakan secara interaktif, dan berlangsung secara terus menerus sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam menganalisis data mempunyai beberapa aspek seperti; reduksi data, data *display*, serta penarikan kesimpulan/ verifikasi :

a. (Pengumpulan Data)

Dalam penelitian kualitatif, adanya pengumpulan data pada umumnya menggunakan riset, pengamatan dan melakukan wawancara dengan narasumber secara mendalam serta adanya dokumentasi tersebut.(Sugiyono2018:134) (Sugiyono 2018:134).

b. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data merupakan suatu analisis yang tajam, mengolongkan atau mengelompokan data yang penting, serta mengarahkan sehingga kita dapat menyimpulkan hasil analisis tersebut. Untuk mengambil data di lapangan karena dengan adanya jumlah yang sangat banyak maka diperlukannya dengan teliti dan sangat merinci (Sugiyono 2018:134).

c. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah melakukan data reduksi, adanya mendisplaykan data. Dalam suatu analisis atau penelitian kualitatif, proses data dapat dilaksanakan dalam berbagai uraian singkat seperti; bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Selain itu Miles dan Huberman 1984 (Sugiyono 2018:137) menjelaskan yang sering digunakan dalam penyajian data dalam penelitian kualitatif dengan menggunakan teks atau kalimat, *chart* dan tabel.

d. Penarikan Kesimpulan

Tahapan terakhir penelitian data kualitatif, Miles dan Huberman, 1984 dalam Sugiyono (2018:141) menjelaskan bahwa “penarikan kesimpulan merupakan temuan baru, dalam melakukan penarikan kesimpulan bisa berupa kalimat deskripsi, suatu gambaran, yang sebelumnya diteliti belum terlalu jelas, sehingga diteliti sampai jelas, Sugiyono (2018:142).

4. Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

Pada Penelitian yang berjudul Strategi *Corporate Responsibility* PT.Pertamina EP Terhadap Peningkatan Citra Perusahaan Melalui Koperasi Minar Agar Makmur di Desa Tambaksari, Kabupaten

Karawang. Hasil penelitian program kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Pertamina EP Asset 3 Tambun Field bertujuan untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat, meningkatkan taraf perekonomian dan memberikan dampak yang positif. Bapak Deddy selaku CDO pihak perusahaan PT.Pertamina EP Asset 3 Tambun Field, memberikan pendapat dalam membangun kegiatan pengembangan masyarakat atau CSR memiliki beberapa tahapan rencana strategi program pesisir bidakara yang berdurasi 5 tahun, dari awal berdirinya program pemberdayaan masyarakat sampai program pemberdayaan dapat mandiri, Rencana Strategi Program Pesisir Bidakari 2015- 2016 (Koperasi Minar Agar Makmur) sebagai berikut:

- a. Pada Tahun Pertama (2015-2016)
Adanya pendampingan dan pembentukan dari staff CSR PT.Pertamina EP kepada para karyawan yang akan berkerja di Koperasi Rumput Laut
- b. Pada Tahun Kedua Pertama (2017)
Pada tahun kedua Koperasi Minar Agar Makmur meningkatkan produksi rumput laut serta memperluas jaringan pemasaran
- c. Pada Tahun ketiga (2018)
Tahun ketiga para perkerja dan ketua Koperasi Minar Agar Makmur membuat inovasi pembuatan pakan ikan dari limbah rumput laut, lalu adanya pengadaan mesin pakan, serta adanya pembentukan unit usaha baru (seperti unit usaha bumi kreatif agar makmur)
- d. Pada Tahun keempat (2019)
Berjalan nya tahun keempat Koperasi Minar Agar Makmur meminta kepada pihak PT. Pertamina EP Asset 3 Tambun field, untuk adanya penambahan gudang rumput laut, Koperasi Minar Agar

Makmur adanya pembuatan olahan rumput laut (seperti Mie Agar Strip).

- e. Pada Tahun Ke lima (2020)

Pada tahun terakhir ini Koperasi Minar Agar Makmur akan tahap kemandirian serta akan memperluasa pasar dan pemasaran pengembangan produk dalam oalahan rumput laut, saat ini Desa Tambaksari menjadi budidaya rumput laut terbesar di Kabupaten Karawang,

Visi dan Misi dari Kegiatan Program CSR yaitu Membangun Masyarakat Pesisir yang Maju, Mandiri, Dinamis dan Sejahtera melalui Sumber daya Pesisir yang berkelanjutan dan misi untuk mengoptimalkan lahan tambak yang iddle (tidak produktif) melalui budidaya polikultur rumput laut, Menciptakan lapangan kerja baru secara permanen di desa pesisir, serta membangun industri perdesaan berbasis sumberdaya lokal (rumput laut) menuju masyarakat yang maju, mandiri, dinamis dan sejahtera. Tentu dalam penelitian ini adanya Teori Strategi CSR menurut Oliver Laasch (2010) sebagai berikut:

1. Strategi Keunggulan Bersaing

Dalam aspek ini menempatkan kegiatan CSR untuk menciptakan dan mengembangkan keunggulan dalam persaingan terhadap *competitor*. dapat dilihat kebutuhan terbesar dalam masyarakat Desa Tambaksari yaitu dalam bidang ekonomi serta aspek kesejahteraan masyarakat, maka untuk meningkat usaha budidaya rumput laut, udang dan ikan bandeng. Menurut Bapak Usup Supriatna dan Politeknik Kelautan dan Perikan memberikan saran, untuk usaha budidaya yang efisien dengan Sistem Polikultur, hal ini akan memberikan dampak yang sangat signifikan sehingga usaha budidaya dapat meningkatkan penghasilan panen di Koperasi Minar Agar Makmur, serta akan dapat lebih unggul dari kompetitor-

kompetitor rumput laut lainnya. Selain itu terjadi peningkatan penghasilan petani tambak, nelayan dan masyarakat sekitar, tidak hanya perubahan sistem usaha budidaya saja, melainkan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat Desa Tambaksari, diciptakan beberapa sektor, seperti: lapangan kerja yang memberdayakan sumber daya manusia (masyarakat sekitar) dan sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). PT. Pertamina EP Asset 3 Tambun Field berinisiatif untuk membentuk Koperasi Minar Agar Makmur untuk memberikan solusi dalam peningkatan perkonomian dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Dengan adanya penerapan strategi keunggulan bersaing menurut Oliver Laach (2010) Koperasi Minar Agar Makmur memiliki keunggulan di bandingkan dengan koperasi lainnya dari aspek penjualan budidaya maupun aspek peningkatan kesejahteraan masyarakat (Totok Mardikanto 2014:174)

2. Strategi Sumberdaya

Dalam strategi sumberdaya menurut Oliver Laasch 2010 (2014:174), membahas bagaimana suatu perusahaan dapat mengelola sumberdaya perusahaan yang sudah tersedia dengan baik, seperti mengelola aktifitas kinerja lingkungan, menjalin hubungan baik dengan stakeholder dengan waktu yang panjang. Demikian pula PT.Pertamina EP Asset 3 Tambun field dan Koperasi Minar Agar Makmur, telah melakukan aktivitas kinerja lingkungan seperti membudidayakan rumput laut, mengelola limbah minyak menjadi pakan ikan dan udang, hal tersebut memberikan dampak yang positif dalam menjaga kelestarian ekosistem pesisir di Desa Tambaksari.

Strategi sumberdaya alam maupun manusia dapat mengukur keberhasilan kegiatan yang telah di bangun oleh Perusahaan, dilihat dari perencanaan program Koperasi Agar Makmur telah sesuai dengan misi dan

visi, tentu kegiatan CSR ini akan berjalan dengan efektif. Selaku ketua Koperasi Minar Agar Makmur Bapak Usup mengelola perkerjaan dan strategi-strategi secara baik sehingga tidak akan ada tumpang tindih (*overlapping*) perkerjaan antara PT.Pertamina EP Asset 3 Tambun Field, Pemerintah, Koperasi dan Mitra lainnya.

3. Strategi Manajemen Krisis

Dalam suatu lingkungan masyarakat sekitar perusahaan, tentu adanya permasalahan seperti krisis ekonomi, krisis sosial dan pencemaran lingkungan yang akan memberikan dampak yang buruk dalam kesejahteraan masyarakat. Maka dengan itu PT.Pertamina EP Asset 3 Tambun Field mengantisipasi krisis sosial, lingkungan dan perekonomian yang akan terjadi kepada masyarakat di Desa Tambaksari, dengan membangun suatu program Koperasi Minar Agar Makmur yang mengajak para nelayan, para petani tambak dan masyarakat pengangguran maupun sekitar lingkungan perusahaan untuk membudidayakan rumput laut yang berada di perairan Kabupaten Karawang, Jawa Barat, Saat ini koperasi minar agar makmur telah berjalan selama lima tahun dan memiliki kurang lebih 100 karyawan dalam satu gudang.

4. Strategi Stakeholder

Menurut Freeman (1984) mendefinisikan pemangku kepentingan “setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan perusahaan” (dalam Ismail Solihin 2009: 48). Oleh karena itu peran dan fungsi pemangku kepentingan dalam suatu perusahaan dan Koperasi sangat penting karena dapat mendukung koperasi akan semakin maju dan berjalan dengan baik. Bapak Taufiq selaku Staff CSR memberikan pendapat bahwa untuk menyeimbangkan suatu peran dan hubungan antara

pemangku kepentingan, PT.Pertamina EP Asset 3 Tambun Field membangun program kegiatan tanggung jawab sosial (CSR) kepada *stakeholder* dan masyarakat yang di bina karena dapat mendorong , mendukung, merumuskan strategi yang efektif. Tentu dalam merancang suatu strategi program-program CSR diperlukan pendekatan dari divisi CSR, instansi Terkait dan Masyarakat,

Dalam melakukan kegiatan program Koperasi Minar Agar Makmur tentu tidak dapat terlepas kaitanya dengan *stakeholder* karena memiliki peran penting, jika suatu perusahaan tidak menjalin hubungan dengan stakeholder akan terjadi kesalahan informasi dan tidak sampai ke masyarakat atau miss komunikasi

5. Strategi yang Lain (Termasuk Philanthropy, Pengelolaan Lingkungan dan Penilaian Dampak)

Dalam strategi yang lain menurut Oliver Laasch (2010) (dalam Totok Mardikanto 2014:174), membahas bahwa setiap organisasi atau khusus nya perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham dan terutama kepada masyarakat sekitar perusahaan yang terkena dampak atau masalah-masalah lingkungan yang disebabkan oleh perusahaan tersebut. Oleh sebab itu PT.Pertamina EP Asset 3 Tambun field, membentuk suatu program CSR pengembangan masyarakat yaitu koperasi minar agar makmur, koperasi ini termasuk dalam kategori *Socially Responsible Bussiness Practice (Community Development)* merupakan program perusahaan yang melakukan aktivitas bisnis dan melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan sosial (Ismail Solihin 2015: 141).

Pihak PT.Pertamina EP Asset 3 Tambun field, memutuskan untuk membina masyarakat Desa Tambaksari, dikarenakan perusahaan merasa masyarakat sekitar, lingkungan nya sangat berdekatan dengan sumur minyak, pengeboran minyak dan perkantoran yang terletak di wilayah Ring I, yang mengakibatkan pencemaran lingkungan serta adanya eksositem yang rusak.

Dengan adanya pembangunan program Koperasi Minar Agar Makmur, yang dilakukan oleh PT.Pertamina EP Asset 3 Tambun field, berupaya untuk peningkatan kesejahteraan dan hidup mutu masyarakat sekitar serta untuk menanggulangi pencemaran atau kerusakan lingkungan hidup

4.1.1 Peningkatan Citra Positif Perusahaan

4.1.1.1 Citra

suatu perusahaan memiliki kesan atau gambaran perusahaan dari berbagai sudut pandang masyarakat, dan memiliki kesan dalam perusahaan sangat penting karena untuk mengetahui bagaimana masyarakat memandang perusahaan tersebut baik atau buruk serta akan memberikan dampak kepada perusahaan, tidak hanya kepada pihak pemegang saham tetapi karyawan pun akan bangga jika perusahaan mendapatkan gambaran yang baik sehingga dapat memicu motivasi, salah satu faktor pendorong utama dalam peningkatan citra perusahaan yaitu dengan memambangun kegiatan program *Corporate Social Responsibility* kepada masyarakat binaan (sekitar perusahaan).

4.1.2 Peran Koperasi Minar Agar Makmur PT. Pertamina EP Asset 3 Tambun Field dalam Meningkatkan Citra Perusahaan

Dalam membangun suatu kegiatan program CSR tentu memiliki tujuan strategis program, yaitu untuk membentuk suatu kesan, *image*, mensejahterakan masyarakat binaan dan kredibilitas dari suatu

perusahaan dalam kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan, salah satu program CSR (Koperasi Minar Agar Makmur) yang dibangun oleh PT. Pertamina EP Asset 3 Tambun field, memiliki peran yang sangat signifikan dalam kehidupan masyarakat binaan.

Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Uryani, kegiatan koperasi budidaya ini sangat memberikan peran yang sangat signifikan dalam kehidupan masyarakat desa, seperti membuka lowongan pekerjaan dalam membudidayakan rumput laut di perairan Kabupaten Karawang, masyarakat dapat bergabung sebagai karyawan, petani serta bergabung dalam bidang produksi olahan. Layanan koperasi minar agar makmur dalam perspektif masyarakat melampaui ekspektasi atau harapan, karena sangat memberikan dampak yang efektif dan bagi kesejahteraan kehidupan masyarakat dan dapat mengelola sumberdaya perusahaan serta memperbaiki ekosistem pesisir pantai. Keberhasilan kegiatan program dan Strategi CSR yang telah dilakukan PT. Pertamina EP Asset 3 Tambun Field, dapat membangun peningkatan kesan (citra) dan *image* positif, serta membentuk suatu kesan dan kepuasan dalam perspektif masyarakat, dampak positif dari kegiatan CSR tidak hanya untuk Koperasi saja, tetapi sangat berdampak kepada profit perusahaan, serta pandangan masyarakat dan kompetitor.

5 Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan menguraikan hasil analisa “Strategi *Corporate Social Responsibility* PT. Pertamina EP Asset 3 terhadap peningkatan Citra perusahaan melalui Koperasi Minar Agar Makmur” bahwa dalam kegiatan program CSR (Koperasi Minar Agar Makmur) ini dapat meningkatkan citra positif PT. Pertamina EP Asset 3 Tambun field, dengan menggunakan lima tahapan

strategi CSR menurut Oliver Laasch (2010) sebagai berikut: Strategi Keunggulan Bersaing, Strategi Sumberdaya, Strategi Manajemen Krisis, Strategi Stakeholder dan Strategi yang lain (philanthropy, pengelolaan lingkungan, dan penilaian dampak). Strategi Keunggulan Bersaing yang dimiliki Koperasi Minar Agar Makmur, mulai dari tahapan penyusunan visi dan misi, penentuan roadmap, penyusunan program, pelaksanaan budidaya rumput laut, ikan bandeng, udang dan rumput laut dengan menggunakan sistem polikultur. Dampak positif dalam penjualan meningkat dan memberikan keuntungan yang signifikan, sehingga memberikan citra yang baik Koperasi Minar Agar Makmur.

Strategi Sumberdaya yang telah dilaksanakan oleh Koperasi Minar Agar Makmur, seperti aktivitas kinerja lingkungan seperti membudidayakan rumput laut, mengelola limbah minyak menjadi pakan ikan dan udang, hal tersebut memberikan dampak yang positif dalam menjaga kelestarian ekosistem pesisir di Desa Tambaksari.

Strategi Manajemen Krisis dalam mengantisipasi krisis yang akan terjadi kepada masyarakat di Desa Tambaksari, maka PT. Pertamina EP Asset 3 Tambun Field, membangun suatu program Koperasi Minar Agar Makmur yang mengajak para nelayan, para petani tambak, masyarakat pengangguran maupun sekitar lingkungan perusahaan untuk membudidayakan rumput laut yang berada di perairan Kabupaten Karawang, Jawa Barat.

Strategi Stakeholder dapat mendukung koperasi akan semakin maju dan berjalan dengan baik untuk menyeimbangkan suatu peran dan hubungan antara pemangku kepentingan

Strategi yang lain (philanthropy, pengelolaan lingkungan, dan penilaian dampak) PT. Pertamina EP

Asset 3 Tambun Field, membentuk program CSR untuk pengembangan masyarakat berupa pendirian Koperasi Minar Agar Makmur. Koperasi ini termasuk dalam kategori *Socially Responsible Business Practice (Community Development)* merupakan program perusahaan yang melakukan aktivitas bisnis dan melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan sosial.

Kegiatan CSR memberikan dampak positif dalam memenuhi komitmen masyarakat dalam menjaga kelestarian lingkungan hidup (ekosistem pesisir pantai), meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui program pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan. Secara keseluruhan penerapan program CSR PT.Pertamina EP Asset 3 Tambun Field, telah berjalan dengan baik dan optimal serta sesuai dengan visi, misi, prinsip dan strategi CSR yang telah direncanakan. Selain itu pelaksanaan program CSR yang terarah dapat memberikan masukan yang positif bagi PT.Pertamina EP Asset 3 Tambun Field, dalam memperoleh *rewards* dari ajang penghargaan bergengsi tingkat nasional seperti sebagai berikut:

- a. Indonesia Sustainable Development Awards Kategori Gold, Tahun 2018
- b. Indonesia Green Award Kategori Penyelamatan Sumber Daya Air, Tahun 2019
- c. Public Relations Indonesia Awards Kategori Community Based Development, Tahun 2019
- d. Indonesia Sustainable Development Awards Kategori Gold, Tahun 2019

Berbagai prestasi yang telah dicapai dapat memberikan kontribusi semakin besar bagi suatu perusahaan dan semakin baik pula citra perusahaan dalam masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran Teoritis

Pada penelitian strategi CSR PT.Pertamina EP terhadap peningkatan citra perusahaan melalui Koperasi Minar Agar Makmur, peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya, akan lebih mendalam terhadap strategi program CSR dan menjadi pedoman untuk peneliti selanjutnya.

5.2.2 Saran Praktis

Dalam implementasi kegiatan CSR Koperasi Minar Agar Makmur ini peneliti akan memberikan saran kepada PT.Pertamina EP Asset 3 Tambun Field sebagai berikut :

- a. Diharapkan PT. Pertamina EP Asset 3 Tambun Field, bisa mempertimbangkan untuk memperluas cakupan wilayah penerima program CSR yang dimiliki lebih jauh lagi, agar bukan hanya masyarakat sekitar perusahaan saja yang bisa dapat manfaat dari program CSR yang di jalankan, tetapi untuk masyarakat luas
- b. Diharapkan PT. Pertamina EP Asset 3 Tambun Field, dapat mengembangkan program CSR lebih inovatif dan bervariasi namun tetap dapat memenuhi kebutuhan masyarakat
- c. Diharapkan PT. Pertamina EP Asset 3 Tambun Field, untuk melakukan publikasi dalam kegiatan program CSR secara online seperti memasukan dokumentasi yang update dalam website : www.pep.pertamina.com
- d. Masyarakat binaan mengharapakan keberlanjutan program CSR PT.Pertamina EP Asset 3 Tambun Field yang memberikan dampak peningkatan taraf hidup masyarakat, dengan pembinaan dan bantuan terhadap UMKM yang ada

- e. Masyarakat mengharapkan program CSR PT.Pertamina EP Asset 3 Tambun Field dapat membantu dalam peningkatan kualitas Pendidikan (beasiswa, renovasi sekolah dan perpustakaan keliling)

Referensi

- Ambari, M. (2019, Jul 29). Begini Nasib Buruk Masyarakat Pesisir akibat Tumpahan Minyak di Karawang. *MONGABAY*. Diakses pada tanggal 10 februari 2020, dari <https://www.mongabay.co.id/2019/07/29/begini-nasib-buruk-masyarakat-pesisir-akibat-tumpahan-minyak-di-karawang/>
- Chanafi, A., Fauzi, A., & Sunarti. (2015). Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Dampaknya Pada Citra Perusahaan (Survei Pada Masyarakat Sekitar PT. Greenfields Indonesia Yang Bertempat Tinggal Di Rw. 02 Dusun Maduarjo Desa Babadan Kecamatan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(1), 1-7.
- Hasan, F. (2014, Jul 23). 8 Langkah Merumuskan Strategi Corporate Social Responsibility. *Perspektif*. Diakses pada 25 mei 2020, dari <https://fakhrurrojihan.wordpress.com/2014/07/23/8-langkah-merumuskan-strategi-corporate-social-responsibility/>
- Herlina, Y., Oktavia, D.A., & Elwawati, E. (2014). Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Vizi Utama Mandiri (Vum) Di Jorong Sungai Kunyit, Kab. Solok Selatan. *Jurnal Ilmu Sosial Mamangan*, 3(1), 10-17.
- Husaini, A. (2019, Sep 25). Pertamina EP gencar berdayakan masyarakat di wilayah operasi Tambun Field. *Kontan.co.id*. Diakses pada 15 april 2020, dari <https://industri.kontan.co.id/news/pertamina-ep-gencar-berdayakan-masyarakat-di-wilayah-operasi-tambun-field>
- LingkarLSM. (2013, Oct 23). Mengembangkan Strategi CSR. *LingkarLSM*. Diakses pada 10 april 2020, dari

<http://lingkarism.com/mengembangkan-strategi-csr/>

_____ (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta

Mapisangka, A. (2009). Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 1(1), 39-47.

Tsourvakas, G. (2016). *Corporate Social Responsibility and Media Management: A Necessary Symbiosis In Managing Media Firms and Industries*. Cham: Springer.

Mardikanto, T. (2014). *CSR: Corporate Social Responsibility*. Bandung: CV. Alfabeta.

Utama, A.S. (2018). Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Riau Andalan Pulp and Paper Terhadap Masyarakat di Kabupaten Pelalawan. *Jurnal Selat*, 5(2), 123-133.

Pertamina. *PKBL*. Diakses pada tanggal 29 Mei 2020, dari <https://pertamina.com/id/PKBL>

Widyana, S. (2012, Jan 3). Tanggung Jawab Direksi dan Dewan Komisaris dalam Perseroan Terbatas. *Hukum Perseroan Terbatas*. Diakses pada tanggal 20 april 2020, dari <https://www.hukumperseroanterbatas.com/tag/tanggung-jawab/>

_____ *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Diakses pada tanggal 29 Mei 2020, dari <https://pertamina.com/id/tanggung-jawab-sosial-perusahaan>

Wikipedia. (2018, Sep 24). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Diakses pada 20 februari 2020, dari https://id.wikipedia.org/wiki/Tanggung_jawab_sosial_perusahaan.

Santoso, I.O., Handojo, I.S., & Kathera, V. (2019). *Klasifikasi tipe investor berdasarkan strategi trading saham di Indonesia (Skripsi Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Pelita Harapan)*.

Shidiq, A.F., Purnama, F.H., Raharjo, S.T., & Humaedi, S. (2020). Strategi Tanggung Jawab Sosial Starbuck dalam Mewujudkan Lingkungan yang Berkelanjutan. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(3), 192-201.

Solihin, I. (2009). *Corporate Social Responsibility: from Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba.

Sugiyono. (2013), *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta

_____ (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.