

**AKTIVITAS PROGRAM SOCIAL INVESTMENT PT. CHEVRON PACIFIC
INDONESIA DALAM MENINGKATKAN PEMBERDAYAAN
MASYARAKAT PADA BIDANG EKONOMI DI MINAS, PROVINSI RIAU**

Aditya Agus Putra
Email : adityaguss@yahoo.com
Pembimbing : Dr. Nurjanah, M. Si

Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Humas
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau
Campus Bina Widya, H. R. Soebrantas Street Km. 12,5 Simpang Baru Pekanbaru
28293
Telp/fax. 0761-63277

ABSTRACT

Corporate social responsibility (CSR) is basically a necessity for corporations to be able to interact with local communities. Corporate needs to adapt in order to get social benefits from its relationship with the local community in the form of trust. In the implementation of CSR required a culture based on ethics that is adaptive. This study aims to determine the activity of PT Chevron Pacific Indonesia's social investment program in improving community empowerment in the economic field in Minas, Riau Province. What are the programs that have been created and implemented by the company and the constraints found in the implementation.

This study used qualitative research methods. Research subjects consisted of 8 informants selected through purposive technique. Data collection is done through observation, interview and documentation. To test the validity of the data writer used the method of extension of participation and triangulation.

The result of this research shows that the activity of Chevron Riau Social Investment Program runs well from the forms of programs run by the company through PRISMA, among others are fishery, handicraft, cassava farming, animal husbandry, and integrated agricultural community. This program is intended for helping to develop communities that are close to the company's concessions while encouraging regional economic growth. PRISMA program proved to improve the quality of the economy and change the mindset of the community to become more productive, improve the welfare of the community around the company's operational area, foster the beneficiary community groups to be independent so as to raise the spirit of group members to develop their business, and grow new business groups.

Keyword : *Corporate Social Responsibility*

PENDAHULUAN

Program *Corporate Social Responsibility* merupakan satu tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Kewajiban pelaksanaan CSR sendiri pun mempunyai dasar hukum yang kuat yakni undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas yakni: Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Dalam hal ini, suatu bagian yang dapat mengakomodir seluruh kebutuhan yang diperlukan oleh seluruh pemilik kepentingan dari PT. Chevron tersebut adalah *Policy Government and Public Affairs* (PGPA). *Chevron corporation* sebagai perusahaan asing, yang melakukan eksplorasi alam, pada sebuah lingkungan, baik secara langsung maupun tidak akan bersentuhan dengan ekosistem setempat. Baik itu dengan alamnya, maupun dengan manusia-manusia yang ada di daerah tersebut. Hubungan dengan masyarakat haruslah disikapi dengan strategi komunikasi yang baik, agar dapat menimbulkan hubungan yang harmonis, serta menguntungkan bagi hubungan kedua belah pihak.

Setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang *Profit Oriented* baik jasa maupun barang pasti mengejar ekonomi atas jasa dan barang yang mereka tawarkan. Melihat pelaksanaan program CSR, perusahaan harus memperhatikan aspek ekonomi dalam merencanakan program tersebut. Baik dalam meningkatkan perekonomian masyarakat atas program tersebut maupun pendapatan

ekonomi perusahaan secara moril dimata masyarakat. Menurut Wibisono (2007 : 33) “*Profit* merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. *Profit* sendiri pada hakikatnya merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan.”

Melalui pihak *Policy Government and Public Affairs* (PGPA) dalam kegiatan CSR-nya PT. Chevron Pacific Indonesia menggunakan terminology *Social Investment* (SI) karena perusahaan tidaklah hanya sekedar melakukan tanggung jawab sosial dengan lingkungan sekitarnya. Tapi besar harapan PT. CPI sendiri agar perusahaan dan masyarakat memiliki ikatan yang erat sehingga tidak adanya tembok penghalang.

Pada tahun 2015 PT Chevron Pacific Indonesia membentuk sebuah program yang dikhususkan untuk pengembangan masyarakat pada bidang ekonomi dengan nama program *Social Investment* (SI). *Social Investment* adalah bagian dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang merupakan pengembangan masyarakat/komunitas yang dilakukan secara sistematis, terencana dan diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat guna mencapai kondisi sosial, ekonomi dan kualitas kehidupan serta kesejahteraan yang lebih baik apabila dibandingkan dengan kegiatan pembangunan sebelumnya.

Social Investment (SI) secara umum adalah suatu proses tindakan sosial dimana penduduk atau individu dari sebuah komuniti mengorganisasikan diri mereka dalam perencanaan dan tindakan menentukan kebutuhan dan masalah individu/bersama membuat rencana individu/kelompok untuk memenuhi

kebutuhan dan menyelesaikan persoalan melaksanakan rencana dengan menyesuaikan diri secara maksimum dengan sumber daya yang ada dalam komunitas dan jika diperlukan menambah sumber daya ini dengan jasa dan materi dari badan-badan pemerintah dan non pemerintah yang berasal dari luar komunitas.

Dukungan berbagai pihak, terutama dari BPMIGAS, Chevron Corporation, mitra kerja, pemerintah daerah, masyarakat Riau, maupun keluarga besar CPI sangat menentukan keberhasilan program-program itu. Seluruh program pengembangan masyarakat yang dilakukan oleh CPI merupakan wujud nyata dari kepedulian perusahaan terhadap masyarakat di sekelilingnya agar semakin mampu berkiprah membangun masa depan Riau. Secara garis besar PT. Chevron melalui program CSR-nya memiliki konsep kepedulian terhadap masyarakat pada beberapa aspek, diantaranya adalah bidang sosial, bidang ekonomi dan bidang lingkungan.

Dalam penerapannya, PT. Chevron selalu berupaya memperhatikan konsep *triple bottom line* contohnya saja dari program CSR yang dijalankan oleh perusahaan Chevron ada beberapa seperti: dalam bidang sosial CSR PT. Chevron menunjukkan kepedulian dengan memberikan beasiswa untuk anak-anak, program yang terkait juga seperti seni budaya dan infrastruktur. CSR di bidang ekonomi memberikan pelatihan kerja kepada masyarakat, pengembangan kemampuan diri dan pembekalan kerajinan. Di bidang lingkungan CSR yang diberikan merupakan kesehatan, pemberian air bersih, donor darah, posyandu, dan sunat masal.

Contoh program pengembangan masyarakat pada bidang ekonomi yang dilakukan oleh

CPI melalui SI dengan nama program PRISMA (*promoted integrated farming and small medium entrepreneur*) atau mempromosikan pertanian terpadu dan pengusaha kecil menengah. Program ini dijalankan melalui Yayasan Sahabat Cipta sebagai mitra pelaksana, implementasi program yang dilaksanakan merujuk pada logframe atau kerangka kerja program.

Social Investment PT Chevron Pacific Indonesia merupakan komunikasi pertanian untuk menjaga kedekatan PT Chevron Pacific Indonesia dengan pemerintahan, terutama masyarakat yang berada di kawasan CPI. Program *Social Investment* CPI adalah PRISMA (*Promoting Sustainable Integrated Farming*), Program PRISMA menerapkan strategi “pasar untuk petani dan pelaku usaha kecil”. Strategi ini menitikberatkan pada penyediaan fungsi pendukung yang meliputi penyediaan akses pada berbagai layanan pengetahuan, keterampilan, bahan baku, pasar, teknologi, permodalan dan lain lain.

Program ini memberikan bantuan ekonomi berbentuk pengembangan masyarakat yaitu dengan membantu dari sektor pertanian dan mempromosikannya, memberikan bibit ikan untuk budi daya ikan, peternakan yaitu dengan memberikan kambing ternak untuk dapat dikembangkan.

Sejak adanya program PRISMA yang dilakukan oleh PT CPI, ekonomi masyarakat menjadi meningkat dan juga memiliki modal usaha. Bantuan yang diberikan oleh perusahaan dalam bentuk barang tidak ada dalam bentuk uang. Pihak perusahaan juga memantau setiap bulannya ke tempat program PRISMA ini. Program PRISMA yang diberikan PT Chevron ini telah memperbaiki perekonomian masyarakat menjadi

lebih meningkat serta pendapatan tiap bulannya pun lebih mencukupi

Terdapat beberapa kendala-kendala dalam pelaksanaan program PRISMA yang ditemukan di lapangan misalnya motifasi penerima manfaat (*Beneficiaries Motivation*), berkelanjutan (*Sustainability*), ketergantungan penerima manfaat (*Dependency Beneficiaries*), akses ke pasar (*Access to Market*).

Bersadarkan latar belakang tersebut, dan dengan berbagai macam

kendala yang dihadapi di lapangan sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Aktivitas Program *Social Investment* PT. Chevron Pacific Indonesia dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat pada Bidang Ekonomi di Minas, Provinsi Riau”.

TINJAUAN PUSTAKA

Model *Triple Bottom Line*

Untuk memecahkan suatu masalah dengan jelas, sistematis yang terarah diperlukan teori-teori yang mendukung. Oleh karena itu perlu disusun model dan teori yang menunjukkan dari sudut mana masalah yang akan dipilih.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori *Triple Bottom Line* dari John Elkington (1997). Dengan dasar pemikiran tanggung jawab *social* adalah bagaimana perusahaan bisa memberikan kontribusi pada pembangunan berkelanjutan, yakni pembangunan yang memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhannya.

Hal ini diyakini akan bisa tercapai jika ada kesesuaian antar 3 aspek : sosial, lingkungan dan ekonomi, yang kemudian biasa disebut istilah *triple bottom line*. *Triple bottom line* juga merupakan istilah yang digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi kinerja perusahaan terhadap isu ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Tujuan dasar dari setiap perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan dan profit. Agar dapat menjamin keberlangsungan bisnisnya, namun perusahaan tidak bisa jika hanya

memperhatikan untuk mendapatkan profit saja, tetapi perusahaan juga harus menaruh kepedulian terhadap kondisi masyarakat dan keadaan lingkungan sekitar (Elkington, 1997:72)

Setiap orang dan kegiatannya berhubungan dengan lingkungan. Setiap orang juga pasti pernah merasakan manfaat dari sumber daya alam. Namun, dewasa ini kerusakan lingkungan terjadi di berbagai tempat yang disebabkan oleh orang-orang atau perusahaan yang tidak bertanggung jawab dan tidak peduli terhadap dampaknya. Kerusakan lingkungan yang terjadi dapat mengakibatkan polusi, pencemaran air, hingga perubahan iklim.

Social Investment (SI)

Program pengembangan masyarakat atau lebih populer dengan sebutan CD yang di Indonesia mulai banyak diperbincangkan pada tahun 90-an sama sekali bukan barang baru bagi PT. Chevron Pacific Indonesia (CPI). Chevron Pacific Indonesia (CPI) adalah anak perusahaan dari Chevron yang bertugas mengeksplorasi minyak yang ada di Riau. Sebelum diambil alih oleh Chevron, perusahaan ini bernama Caltex Pacific Indonesia.

Community Development (CD) adalah bagian dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang merupakan pengembangan masyarakat/komunitas yang dilakukan secara sistematis, terencana dan diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat guna mencapai kondisi sosial, ekonomi dan kualitas kehidupan serta kesejahteraan yang lebih baik apabila dibandingkan dengan kegiatan pembangunan sebelumnya.

Community Development secara umum adalah suatu proses tindakan sosial dimana penduduk atau individu dari sebuah komunitas mengorganisasikan diri mereka dalam perencanaan dan tindakan menentukan kebutuhan dan masalah individu/bersama membuat rencana individu/kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan menyelesaikan persoalan melaksanakan rencana dengan menyesuaikan diri secara maksimum dengan sumber daya yang ada dalam komunitas dan jika diperlukan menambah sumber daya ini dengan jasa dan materi dari badan-badan pemerintah dan non pemerintah yang berasal dari luar komunitas.

Karena program CD bertujuan untuk memberdayakan masyarakat tempatan agar mencapai kualitas hidup yang lebih baik, perusahaan juga membangun fasilitas lainnya, seperti sekolah, rumah ibadah, pusat-pusat kesehatan dan rekreasi. Pada awal 1995, dengan kondisi infrastruktur di Riau yang semakin baik, CPI kemudian mengubah fokus program pengembangan masyarakat kepada tiga bidang utama, yaitu kesehatan, pendidikan, dan peningkatan pendapatan. Seluruh program pengembangan masyarakat itu bersifat melengkapi program-program pengembangan yang dilakukan oleh pemerintah.

Adapun tujuan dari *community development* menurut Budimanta pada

perusahaan adalah menitik beratkan pada lingkungan sekitarnya, yaitu :

- “a. Mendukung upaya-upaya yang dilakukan oleh PEMDA terutama pada tingkat desa dan masyarakat untuk meningkatkan kondisi sosial-ekonomi-budaya yang lebih baik di sekitar wilayah perusahaan.
- b. Memberikan kesempatan kerja dan berusaha bagi masyarakat.
- c. Membantu pemerintah daerah dalam rangka pengentasan kemiskinan dan pengembangan ekonomi wilayah (Budimanta, 2003: 43)”.

Sedangkan sasaran yang ingin dicapai dari program *community development* ini adalah sebagai berikut :

- “a. Pengembangan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia bagi masyarakat dan pihak-pihak terkait yang berada di sekitar wilayah perusahaan
- b. Pengembangan dan peningkatan sarana wilayah seperti kesehatan, transportasi, pendidikan dan keagamaan yang didasarkan pada skala prioritas dan potensi wilayah tersebut.
- c. Mendorong dan mengembangkan potensi-potensi kewirausahaan yang didasarkan pada sumber daya lokal
- d. Pengembangan kelembagaan lokal di sekitar wilayah operasi perusahaan. (Budimanta, 2003:42)”

Dukungan berbagai pihak, terutama dari BPMIGAS, Chevron Corporation, mitra kerja, pemerintah daerah, masyarakat Riau, maupun

keluarga besar CPI sangat menentukan keberhasilan program-program itu. Seluruh program pengembangan masyarakat yang dilakukan oleh CPI merupakan wujud nyata dari kepedulian perusahaan terhadap masyarakat di sekelilingnya agar semakin mampu berkiprah membangun masa depan Riau. Secara garis besar PT. Chevron melalui program CSR-nya memiliki konsep kepedulian terhadap masyarakat pada beberapa aspek, diantaranya adalah bidang sosial, bidang ekonomi dan bidang lingkungan.

Community Development PT Chevron Pacific Indonesia merupakan komunikasi pertalian untuk menjaga kedekatan PT Chevron Pacific Indonesia dengan pemerintahan, terutama masyarakat yang berada di kawasan CPI. *Community Development* PT Chevron Pacific Indonesia memberikan bantuan ekonomi berbentuk pengembangan masyarakat yaitu dengan membantu dari sektor pertanian dan mempromosikannya, memberikan bibit ikan untuk budi daya ikan, peternakan yaitu dengan memberikan kambing ternak untuk dapat dikembangkan.

Dalam penerapannya, PT. Chevron selalu berupaya memperhatikan konsep *triple bottom line* contohnya saja dari program CSR yang dijalankan oleh perusahaan Chevron ada beberapa seperti: dalam bidang sosial CSR PT. Chevron menunjukkan kepedulian dengan memberikan beasiswa untuk anak-anak, program yang terkait juga seperti seni budaya dan infrastruktur. CSR di bidang ekonomi memberikan pelatihan kerja kepada masyarakat, pengembangan kemampuan diri dan pembekalan kerajinan. Di bidang lingkungan CSR yang diberikan merupakan kesehatan, pemberian air bersih, donor darah, posyandu, dan sunat masal.

Pada tahun 2015 PT Chevron Pacific Indonesia merubah nama program *Community Development* (CD) menjadi *Social Investment* (SI). Contoh program pengembangan masyarakat pada bidang ekonomi yang dilakukan oleh CPI melalui SI dengan nama program PRISMA (*promoted integrated farming and small medium entrepreneur*) atau mempromosikan pertanian terpadu dan pengusaha kecil menengah. Program ini dijalankan melalui Yayasan Sahabat Cipta sebagai mitra pelaksana, implementasi program yang dilaksanakan merujuk pada logframe atau kerangka kerja program.

Investasi sosial (*Social Investment*) sering diartikan secara sempit sebagai “kegiatan amal perusahaan”. Sesungguhnya, istilah tersebut merujuk pada tindakan perusahaan yang memberi dukungan finansial dan non-finansial terhadap kegiatan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh kelompok atau organisasi lain. Pada akhirnya, kegiatan tersebut akan menunjang bisnis perusahaan karena perusahaan dapat menuai citra positif (*corporate image*).

Terdapat beberapa kendala-kendala dalam pelaksanaan program PRISMA yang ditemukan dilapangan misalnya motifasi penerima manfaat (*Beneficiaries Motivation*), berkelanjutan (*Sustainability*), ketergantungan penerima manfaat (*Dependency Beneficiaries*), akses ke pasar (*Access to Market*).

Dalam melakukan sebuah program terutama yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial sebuah perusahaan besar seperti Chevron, itulah yang menjadi latar belakang alasan utama program CD ini diciptakan. Didalam lingkup ini Chevron memang selalu menerapkan CD dimanapun berada, termasuk salah satunya yang berada di Riau. Salah

satu sasaran utama dari pelaksanaan program ini adalah masyarakat yang menempati seputar perusahaan itu berada. Sebagai salah satu bentuk penghargaan dan penghormatan terhadap mereka, maka Chevron membentuk sebuah program yang dinamakan *Community Development* yang tidak lain adalah bentuk dari CSR.

Chevron bermitra dengan komunitas setempat melalui berbagai macam cara untuk memberikan kontribusi bermakna bagi pengembangan sosial dan ekonomi. Chevron taat pada perundang-undangan lingkungan yang berlaku dan terus melakukan investasi dalam bentuk program-program yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi di komunitas lapangan operasionalnya. Program-

Pada penelitian ini, metode yang digunakan penulis adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif bermaksud untuk memberikan uraian mengenai suatu gejala sosial yang di teliti secara mendalam.

Penelitian mendeskriptifkan suatu gejala berdasarkan pada situasi dan pengamatan yang dijadikan dasar dari suatu gejala yang di teliti (Slamet, 2006: 7).

Menurut Boglan (Moleong, 2007: 24) mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara holistic (utuh). Menurut Miller penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan manusia baik dalam kawasannya maupun pengamatannya.

adanya suatu hipotesis tapi adalah pertanyaan penelitian.

program pengembangan komunitas Chevron mengacu kepada tema yang telah dicanangkan, yaitu “Menciptakan Pertumbuhan Ekonomi melalui Investasi pada Masyarakat dan Pengembangan Kapasitas. Semua kegiatan tersebut terpusat pada bidang-bidang inti, meliputi :

1. Kebutuhan Dasar Manusia
2. Pendidikan dan Pelatihan
3. Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah
4. Program-program lain, Lingkungan serta Seni dan kebudayaan
5. Komunitas dan Kemasyarakatan.

METODE PENELITIAN

Penelitian Kualitatif

Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau tentang kecenderungan yang tengah berlangsung. Sehingga sesuai dengan penelitian ini yang cenderung membahas mengenai akibat atau efek yang terjadi dari sebuah kerjasama. Fenomena disajikan secara apa adanya hasil penelitiannya diuraikan secara jelas dan gamblang tanpa manipulasi oleh karena itu penelitian ini tidak

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktivitas Program *Social Investment*

Perusahaan yang baik tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi belaka (*profit*) melainkan pula memiliki kepedulian terhadap ketertarikan lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). Secara umum *Corporate Social Responsibility* merupakan peningkatan kualitas kehidupan dengan adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota masyarakat untuk menanggapi keadaan sosial yang ada dan dapat dinikmati, memanfaatkan serta memelihara lingkungan hidup. Atau dengan kata lain merupakan cara perusahaan mengatur proses usaha untuk memproduksi dampak positif dan mendapatkan citra yang baik di kawasan perusahaan beroperasi.

Begitu juga dengan Chevron yang menggunakan istilah *Community Development/Social Investment* dalam program-program tanggung jawab sosial perusahaan. Hal itu dikarenakan Chevron tidak ingin melihat CD/SI hanya sebagai bagian dari bentuk tanggung jawab dari perusahaan saja. Tapi jauh dari itu, Chevron berharap terciptanya sebuah hubungan yang sangat harmonis dan pastinya menguntungkan bagi kedua belah pihak, baik bagi masyarakat maupun perusahaan terutama di bidang pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Dasar pemikiran tanggung jawab *social* adalah bagaimana perusahaan bisa memberikan kontribusi pada pembangunan berkelanjutan, yakni pembangunan yang memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhannya.

Hal ini diyakini akan bisa tercapai jika ada kesesuaian antar 3 aspek : sosial, lingkungan dan ekonomi, yang kemudian biasa disebut istilah

triple bottom line. *Triple bottom line* juga merupakan istilah yang digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi kinerja perusahaan terhadap isu ekonomi (*Profit*), sosial (*People*), dan lingkungan (*Planet*).

Tujuan dasar dari setiap perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan dan *profit*. Agar dapat menjamin keberlangsungan bisnisnya, namun perusahaan tidak bisa jika hanya memperhatikan untuk mendapatkan *profit* saja, tetapi perusahaan juga harus menaruh kepedulian terhadap kondisi masyarakat dan keadaan lingkungan sekitar (Elkington, 1997:72)

Setiap orang dan kegiatannya berhubungan dengan lingkungan. Setiap orang juga pasti pernah merasakan manfaat dari sumber daya alam. Namun, dewasa ini kerusakan lingkungan terjadi di berbagai tempat yang disebabkan oleh orang-orang atau perusahaan yang tidak bertanggung jawab dan tidak peduli terhadap dampaknya. Kerusakan lingkungan yang terjadi dapat mengakibatkan polusi, pencemaran air, hingga perubahan iklim.

Permasalahan lingkungan yang dihadapi oleh masyarakat sekitar daerah operasional perusahaan mulai dari polusi, sanitasi lingkungan, pencemaran sumberdaya air, penggundulan hutan sampai dengan permasalahan ekonomi seperti tingkat pengangguran yang tinggi, sumber daya manusia yang tidak berketerampilan, motivasi penerima manfaat yang rendah, keberlanjutan, ketergantungnya penerima manfaat terhadap perusahaan, akses kepasar, rendahnya kemauan berwirausaha dan tingkat produktivitas individu yang rendah.

Program PRISMA (*Promoting Sustainable Integrated Farming*) ini sudah dilaksanakan di Kelurahan Minas Jaya, Desa Minas Barat, Desa Rantau Bertuah dan Desa Libo Jaya.

Program PRISMA (*Promoting Sustainable Integrated Farming*) dilaksanakan pertama kali yaitu pada tahun 2015. Artinya perusahaan telah memenuhi kewajiban dan tanggungjawab sosialnya kepada masyarakat yang berada di wilayah operasionalnya. Namun program *Social Investment* yang dilakukan masih belum menyentuh seluruh masyarakat. Fakta ini disebabkan oleh banyaknya masyarakat dan desa lain yang akan dibantu perusahaan, juga desa yang dekat dengan areal perusahaan. Sehingga hanya sebagian masyarakat saja yang sudah merasakan bantuan program PRISMA dari perusahaan, guna dimanfaatkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Pemerataan bantuan program PRISMA yang dilakukan perusahaan perlu dilakukan agar setiap masyarakat memperoleh bantuan akan program PRISMA (*Promoting Sustainable Integrated Farming*) dan tidak menciptakan kecemburuan sosial antara masyarakat dalam upaya memperoleh bantuan program PRISMA yang diserahkan perusahaan.

PT Chevron Pacific Indonesia berkomitmen melakukan program PRISMA (*Promoting Sustainable Integrated Farming*) untuk memperbaiki kondisi ekonomi dimana PT Chevron Pacific Indonesia beroperasi. Upaya PT Chevron Pacific Indonesia dalam bidang ekonomi yaitu meningkatkan kualitas hidup yang berkelanjutan dan menciptakan lapangan kerja untuk mendorong kemandirian masyarakat dengan memberikan program-program yang dapat meningkatkan standar hidup.

Program-program perusahaan melalui PRISMA antara lain adalah perikanan, kerajinan saka, pertanian ubi kayu, peternakan, dan pertanian terpadu masyarakat saka. Perusahaan memberikan berbagai macam program untuk masyarakat tempatan sekitar

perusahaan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan sebagaimana yang sudah ditetapkan oleh undang-undang. Program ini dimaksudkan untuk membantu mengembangkan masyarakat yang berada dekat dengan konsesi perusahaan sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi daerah.

Sesuai dengan hasil penelitian, Program PRISMA terbukti meningkatkan kualitas ekonomi dan merubah pola pikir masyarakat agar menjadi lebih produktif, meningkatkan kesejahteraan masyarakat disekitar wilayah operasional perusahaan, membina kelompok masyarakat penerima bantuan agar dapat mandiri sehingga membangkitkan semangat anggota kelompok untuk mengembangkan usahanya, serta menumbuh kembangkan kelompok-kelompok usaha baru.

Program PRISMA wilayah Riau (SMO) telah berhasil menjangkau dan memberikan manfaat kepada 1454 orang dari Intermediate Service Provider (ISPs) atau Penyedia Layanan Usaha setempat melalui pelatihan pemberdayaan masyarakat dan kunjungan belajar ke usaha lain yang sukses dan inspiratif. PRISMA juga membantu penerima manfaat (petani, peternak dan pengrajin) dalam mengembangkan rencana usaha dan menghubungkan mereka dengan pasar. Ini semua dilakukan oleh *Public Relations* / tim *Social Investment* untuk menumbuh kembangkan (*Profit*) kekuatan perekonomian masyarakat di Minas. Dengan kekuatan ekonomi yang kokoh maka akan menghasilkan masyarakat yang sejahtera (*People*). Kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan merupakan kunci dari keberhasilan Program PRISMA. Tidak memandang sejahtera dan kekuatan perekonomian saja, tetapi lingkungan menjadi *point of interest* atau menjadi

poin khusus agar masyarakat dapat bersinergi dalam lingkungan (*Planet*).

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu :

1. Pelaksanaan program *Social Investment* sebagai bentuk tanggung jawab sosial PT Chevron Pacific Indonesia dalam meningkatkan pendapatan dan pemberdayaan masyarakat pada bidang ekonomi melalui program PRISMA dapat disimpulkan sudah berjalan dengan cukup baik, dimana perusahaan menjalankan tanggungjawab sosialnya dengan membuat program kemitraan antara perusahaan dengan masyarakat (khususnya masyarakat lokal), secara umum kemitraan tersebut diwujudkan dalam program PRISMA (*Promoting Sustainable Integrated Farming*) untuk membantu peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat setempat dengan jangka panjang. Program PRISMA (*Promoting Sustainable Integrated Farming*) sudah dilaksanakan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggungjawab sosial kepada masyarakat yang berada di wilayah konsesi perusahaan. Dengan adanya program PRISMA (*Promoting Sustainable Integrated Farming*) masyarakat merasa pendapatan dan perekonomian yang meningkat dari sebelumnya dan masyarakat sudah bisa memiliki usaha sendiri.
2. Berdasarkan analisis aktivitas pelaksanaan program *Social Investment* PT. Chevron Pacific Indonesia dalam meningkatkan pendapatan dan pemberdayaan masyarakat pada bidang ekonomi

KESIMPULAN

maka disimpulkan bahwa pelaksanaan program PRISMA (*Promoting Sustainable Integrated Farming*) menjadi kekuatan dan peluang bagi perusahaan dan mempunyai manfaat yang sangat berguna bagi masyarakat yang berada dekat dengan konsesi perusahaan untuk mendukung meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Program PRISMA (*Promoting Sustainable Integrated Farming*) sangat mendukung untuk dilakukan secara berkelanjutan atau digulirkan kepada masyarakat lain untuk mendapatkan keunggulan perusahaan dan dapat memenuhi tanggungjawab sosial terhadap masyarakat terutama masyarakat yang dekat dengan konsesi perusahaan.

SARAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis pelaksanaan program *Social Investment* PT. Chevron Pacific Indonesia dalam meningkatkan pendapatan dan pemberdayaan masyarakat pada bidang ekonomi, penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. PT. Chevron Pacific Indonesia harus tetap menjalankan dan mempertahankan program PRISMA (*Promoting Sustainable Integrated Farming*) yang diberi perusahaan kepada masyarakat, dimana masih banyak desa dan masyarakat lain yang belum merasakan Program PRISMA (*Promoting Sustainable Integrated Farming*). Hal ini bertujuan agar masyarakat yang dekat dengan konsesi perusahaan bisa meningkatkan pendapatan dan perekonomian. Tim *Social Investment* harus terus mengontrol

- pendapatan atau peningkatan usaha program PRISMA (*Promoting Sustainable Integrated Farming*) yang dijalankan masyarakat agar program yang dijalankan berjalan dengan semestinya.
2. PT Chevron Pacific Indonesia distrik Minas harus memperhatikan program PRISMA (*Promoting Sustainable Integrated Farming*), menjaga dan mengembangkan program yang telah dilaksanakan agar masyarakat lain bisa merasakan program PRISMA (*Promoting Sustainable Integrated Farming*) tersebut. Perusahaan sebaiknya lebih fokus pada proses pelaksanaan dengan menambah dan membuat program lain demi kesejahteraan masyarakat dan menjadi kekuatan juga peluang bagi perusahaan. Perusahaan harus pandai mengambil peluang dan kesempatan pemilihan program PRISMA yaitu dengan strategi kompetitif yakni menggunakan kekuatan-kekuatan yang dimiliki program PRISMA (*Promoting Sustainable Integrated Farming*) untuk memanfaatkan peluang jangka panjang. Perusahaan harus lebih meningkatkan kualitas dan daya jangkauan yang luas agar dapat bersaing dengan perusahaan lain sehingga terhindar dari ancaman-ancaman program dari perusahaan lain yang semakin bermunculan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro & Macfudz, Dindin M. 2011. *Efek Kederawatanan Pebisnis dan CSR*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2007. *Manajemen penelitian*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- _____. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2005. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Carroll. 1979. "A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance". *The Academy of Management Review*. Vol. 4. Oktober.
- Crowther, D. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Guler Aras & Ventus Publishing ApS.
- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategi*. Buku 1, edisi kesepuluh, jakarta : salemba empat
- Dian Rhesa Rahmayanti., 2014., *Implementasi corporate social responsibility dalam membangun reputasi perusahaan*. Jurnal ilmu komunikasi volume 11 nomor 1. UNS
- Harahap, S. S. 2007. *Menuju Perumusan Akuntansi Islam*. Pustaka Quantum Jakarta.
- Kasali, Rhenald. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 2005.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana
- Moleong, lexy. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mursitama. 2011. *Corporate Social Responsibility di Indonesia Teori dan Implementasi*. Institute for Develop of Eco and Finance (Indef).

- Partini. 2013. *CSR dan pemberdayaan masyarakat (studi implementasi CSR – PTBA di muara enim sumatera selatan)* jurnal manusia dan lingkungan. Volume 20 nomor 1 UGM.
- _____. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Rachman. 2011. *Panduang Lengkap Perencanaan CSR*. Jakarta: Penebar Swadaya
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Metode Analisis SWOT*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rasyid, Anuar. 2009. *Kapita Selekta Humas*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.
- _____. 2011. *Dasar-dasar Public Relations*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Cetakan ketiga. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- _____. Rosady. 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Solihin ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility : from Charity to Sustainability*. Salemba Empat. jakarta
- Suharto, Edi. 2008. *Kebijakan sosial sebagai kebijakan publik*. Bandung: Alfabeta
- Umar, Husein. 2007. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Usman, Husaini, dan Purnomo Setiady. 2004. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wahyudi, A. S. (1996). *Manajemen strategik*. Jakarta: bina rupa aksara
- Wibisono, Y. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Fascho Publishing. Jatim.
- Chevron IndoAsia Business Unit Corporate Responsibility Profile, 2011
- Sumber Jurnal:
- Purba, Jupriyanti. Persepsi Masyarakat jalan Wonosobo terhadap Aktivitas CSR PT. Chevron di kelurahan Talang Mandi Kabupaten Bengkalis. Jom FISIP Vol. 2 No. 2. Tahun 2014 Universitas Riau
- Lestari, Menik. Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Indosat cabang Pekanbaru dalam Meningkatkan Corporate Reputation. eJurnal Mahasiswa Universitas Indonesia Vol. 1., No. 1. Tahun 2014.
- Sumber online:
- Gabelpro. *Pengertian Program*. <http://gabelpro.blogspot.co.id/2008/06/pengertian-program.html>
- Zaelani, Muhammad Asep. *Program Csr Bidang Pendidikan Sebagai Investasi Sosial*. http://www.kompasiana.com/zaelani_ma/program-csr-bidang-pendidikan-sebagai-investasi

sosial_5520e90f8133116c7419fd
12

<https://www.chevron.com/weagree/indonesia/id/>
http://www.chevronindonesia.com/community/edu_training.aspx