

RESPON MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT. PERTAMINA RU II DUMAI

Oleh : Theresa Laosi Retno Ningsih

theresalaosi15@gmail.com

Pembimbing : Dr. H. Yoserizal, MS

yose5918@yahoo.com

Jurusan Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya JL. HR. Soebrantas KM 12.5 Simpang Baru Pekanbaru

28293 Telp/Fax. 0761-63272

Abstrak

Penelitian tentang respon masyarakat terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan penulis, memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana respon masyarakat terhadap program Penelitian tentang respon masyarakat terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diadakan oleh PT. Pertamina RU II Dumai dan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi respon masyarakat tersebut. Lokasi penelitian tersebut adalah di Kelurahan Tanjung Palas dan Kelurahan Jaya Mukti dimana masyarakat yang mendapatkan program Penelitian tentang respon masyarakat terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut tersebar di dua kelurahan. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah kuantitatif dengan analisis deskriptif, teknik pengambilan data menggunakan metode survei karena jumlah responden hanya 20 orang dan pengumpulan data yang diperoleh melalui penyebaran angket dan dokumentasi. Hasil penelitian dilapangan dimketahui bahwa masyarakat penerima program Penelitian tentang respon masyarakat terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebanyak 17 orang sudah mngetahui program tersebut dan masyarakat sebagian besar sudah berpartisipasi aktif. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi respon masyarakat adalah pengetahuan, pendidikan, pengalaman, dan faktor off target. Masyarakat yang memiliki pendidikan dan pengalaman cenderung berpartisipasi aktif. Masyarakat juga memiliki keluha dalam hal daerah yang kurang cocok untuk budi daya jamur tiram putih dan kurangnya anggota yang baru untuk meneruskan usaha konveksi. Respon masyarakat terhadap program Penelitian tentang respon masyarakat terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sudah baik, hal ini terbukti dengan pengetahuan masyarakat serta partisipasi masyarakat dalam mengikuti program yang diadakan. Masyarakat ikut menyumbangkan pikiran dan saran.

Kata Kunci : Respon, Program, *Corporate Social Responsibility* (CSR).

**SOCIAL RESPONSE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
PROGRAM PT. PERTAMINA RU II DUMAI**

By : Theresa Laosi Retno Ningsih
theresalaosi15@gmail.com

Supervisor : Dr. H. Yoserizal, MS
yose5918@yahoo.com

Department of Sociology
Faculty of Social and Political Sciences
Universitas Riau

Bina Widya Campus JL. HR. Soebrantas KM 12.5 Pekanbaru New Junction
28293 Tel / Fax. 0761-63272

Abstract

Research on the public response to the Corporate Social Responsibility (CSR) program conducted by the author has the aim to find out how the public response to the research program about the public response to the Corporate Social Responsibility (CSR) program held by PT. Pertamina RU II Dumai and to find out what factors influence the response of the community. The location of the study was in Tanjung Palas and Jaya Mukti Sub-Districts where the people who received the Research program about the community response to the Corporate Social Responsibility (CSR) program were spread in two villages. The method used in the study was quantitative with descriptive analysis, the data collection technique used the survey method because the number of respondents was only 20 people and data collection was obtained through questionnaires and documentation. The results of the research in the field were discovered that the recipient community of the research program on the public response to the Corporate Social Responsibility (CSR) program as many as 17 people had known the program and the majority of the community had participated actively. The factors that influence people's response are knowledge, education, experience, and off-target factors. Communities that have education and experience tend to actively participate. The community also has grievances in areas that are less suitable for cultivating white oyster mushrooms and the lack of new members to continue the convection business. Community response to the research program on community response to the Corporate Social Responsibility (CSR) program has been good, this is evidenced by people's knowledge and community participation in participating in the programs held. The community contributes thoughts and suggestions.

Keywords: Response, Program, Corporate Social Responsibility (CSR).

A. Pendahuluan

1. Latar belakang

Suatu perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Dalam eksistensinya, dibutuhkan hubungan timbal balik antara perusahaan dan masyarakat. Untuk itu setiap perusahaan wajib melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) terutama perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam. Hal tersebut dijelaskan juga dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 pasal 74 yang menyatakan bahwa perseroan terbatas (PT) yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu konsep serta tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai rasa tanggung jawabnya terhadap sosial serta lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berdiri. Seperti melaksanakan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar, menjaga lingkungan sekitar, membangun fasilitas umum, memberikan beasiswa kepada anak yang kurang mampu, dan memberikan bantuan dana untuk kesejahteraan masyarakat banyak pada umumnya dan masyarakat sekitar perusahaan pada khususnya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat erat kaitannya dengan *sustainable development* (pembangunan berkelanjutan) dimana suatu perusahaan dalam melakukan kegiatannya harus berdasar pada keputusan yang tidak

semata-mata berorientasi pada aspek ekonomi atau keuntungan melainkan juga harus memikirkan dampak sosial dan lingkungan yang mungkin ditimbulkan dari program tersebut.

Kota Dumai merupakan salah satu kota industri di Riau, terdapat banyak perusahaan swasta dan perusahaan milik negara. Perusahaan-perusahaan tersebut kebanyakan bergerak di bidang minyak dan gas bumi. Munculnya perusahaan tersebut merupakan salah satu wujud pembangunan. Menurut Redfield (dalam Mardikanto, 2015:9) pembangunan terjadi karena adanya perubahan masyarakat tradisional ke arah masyarakat perkotaan. Charles Darwin (dalam Mardikanto, 2015:9) menyatakan bahwa setiap komunitas akan mengalami perubahan dari kehidupan yang sangat sederhana ke arah yang semakin kompleks, sebagai akibat dari perubahan-perubahan sosial, ekonomi, kependudukan, geografi, rasial, teknologi maupun ideologi.

Salah satu perusahaan milik negara yang bergerak di bidang minyak dan gas bumi di Kota Dumai adalah PT. Pertamina RU II. Sudah menjadi kewajiban PT. Pertamina RU II melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR), sebagai salah satu wujud kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh PT. Pertamina RU II Dumai terdiri dari 5 bidang, yaitu bidang kesehatan, pendidikan, lingkungan hidup, infrastruktur dan bencana alam, dan pemberdayaan masyarakat. Bidang kesehatan, pada tahun 2014 PT. Pertamina RU II Dumai

memberikan bantuan 18 unit alat fogging untuk dinas kesehatan kota Dumai. Kemudian pada tahun 2016 memberikan bantuan alat kesehatan berupa puseskesmas keliling bagi warga Kelurahan Tanjung Palas. Bidang infrastruktur dan bencana alam, program tersebut terealisasi di Kelurahan Teluk Binjai dalam merenovasi gedung LAMR, kemudian di Kelurahan Tanjung Palas dilakukan semenisasi bahu Jalan Tanjung Jaya, dan juga pembangunan mesjid Durunnafis Kelurahan Jaya Mukti pada tahun 2016. Bidang lingkungan hidup, PT. Pertamina RU II Dumai turut mendukung program Pemko Dumai untuk meraih piala Adipura di aplikasikan dalam bentuk pemberian tong sampah pada tahun 2014. Dilaksanakannya penanaman ribuan batang mangrove di sepanjang bibir pantai purnama yang berdampak pada pelestarian lingkungan dan menjaga keberagaman hayati pada 2016. Bidang pendidikan, PT. Pertamina RU II Dumai memberikan bantuan berupa laboratorium kepada SMKN 2 Dumai, sarana perpustakaan SD 09 di kelurahan tanjung palas dan SD 013 Binsus di kelurahan teluk binjai pada tahun 2013-2014. Memberikan beasiswa untuk Sekolah Dasar (SD) yang terdiri dari 132 siswa yang masing-masing siswa mendapatkan Rp.886.000 untuk Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebanyak 100 siswa yang masing-masing siswa mendapatkan Rp.1.200.000 dan untuk Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 50 siswa mendapatkan Rp.1.800.000 dan ada juga beasiswa untuk mahasiswa S1 yang berprestasi sebanyak 25 orang, untuk yang kurang mampu sebanyak 5 orang pada kampus kota Dumai. PT. Pertamina RU II Dumai juga memberikan bantuan berupa sertifikat dan muzakarah Dai

Angk.III Dumai pada tahun 2016. Bidang pemberdayaan masyarakat, terbagi atas 2 kelompok yaitu: 1) kelompok Adelis yang bergerak di Jaya Mukti yang bergerak di bidang konveksi, menjahit, dan kerajinan tangan; 2) Kelompok Usaha Berkah di Kelurahan Tanjung Palas yang bergerak di bidang budi daya jamur tiram. PT. Pertamina juga memberikan 5 buah kolam lele/gurami yang disertai dengan pakan dan vitamin ikan senilai Rp.50.000.000. Kemudian pada tahun 2017 PT. Pertamina RU II Dumai memberikan bantuan berupa 50 kios untuk pedagang keripik cabai yang berada di pasar lepin.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diselenggarakan oleh PT. Pertamina RU II Dumai memiliki wilayah sasaran, dimana mayoritas adalah wilayah yang berada di sekitar perusahaan. Masyarakat yang berada di sekitar PT. Pertamina RU II Dumai adalah Kelurahan Tanjung Palas, Kelurahan Jaya Mukti, Kelurahan Buluh Kasap, dan Kelurahan Teluk Binjai. Namun masyarakat yang mendapatkan program pemberdayaan masyarakat adalah Kelurahan Jaya Mukti dan Kelurahan Tanjung Palas. Kelompok yang ada di 2 kelurahan tersebut bergerak di bidang konveksi dan budidaya jamur tiram. Kegiatan dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang paling rutin adalah memberikan pelatihan diversifikasi olahan jamur tiram bagi masyarakat sekitarnya. Salah satu contohnya adalah di Kelurahan Tanjung Palas. Kelompok Tani Usaha Berkah Kelurahan Tanjung Palas fokus menggeluti budidaya jamur tiram putih. Kelompok ini pertama kali mendapatkan bantuan dari PT. Pertamina RU II Dumai berupa kumbang (rumah pembibitan jamur), alat steamer, dan bahan-bahan untuk

pembibitan jamur tiram putih. Selain itu, PT. Pertamina RU II Dumai juga mengkaji pengembangan usaha budidaya jamur tiram putih masyarakat karena produksi makanan olahan tidak akan berlanjut apabila bahan bakunya (jamur tiram putih) tidak mencukupi. Kelompok Tani Usaha Berkah sendiri telah memiliki kelompok-kelompok binaan yang berpotensi meningkatkan hasil panen jamur tiram putih nantinya.

Sementara di bidang konveksi ada kelompok Adelis, diberikan sarana dan alat untuk melangsungkan kegiatan jahit-menjahit atau membuat kerajinan tangan lainnya. Alat yang diberikan adalah berupa mesin jahit dan mesin bordir. Selain itu, PT. Pertamina juga melakukan pelatihan bagi siapa saja yang ingin ikut berpartisipasi dalam bidang konveksi. Dengan harapan masyarakat dapat terbantu dengan adanya wadah yang membantu dalam mengembangkan talenta dan bakat masyarakat, sehingga kelak hasil dari konveksi tersebut dapat bernilai jual dan dapat menambah keuangan masyarakat. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pertamina RU II Dumai dalam bentuk pemberdayaan masyarakat tersebut akan diberikan pelatihan hingga kedua kelompok tersebut bisa berjalan sendiri dan mandiri.

Masyarakat yang mengikuti program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di bidang konveksi, tidak hanya membuat kerajinan tangan tetapi mereka juga membuat produk cairan pencuci piring. Pihak Pertamina sendiri membantu memberikan alat/mesin untuk mengaduk bahan-bahan pembuat cairan pencuci piring tersebut. Dengan adanya produk tersebut juga dapat membantu masyarakat untuk

mendapatkan uang tambahan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Adapun kendala terbesar yang dihadapi PT. Pertamina RU II Dumai dalam program pemberdayaan pada masyarakat sekitar adalah antusias masyarakat itu sendiri. Sering kali pada pertengahan pelaksanaan program, masyarakat berhenti ditengah jalan begitu saja untuk mengikuti program yang di lakukan PT. Pertamina RU II Dumai. Tentu saja dalam penerapan CSR PT. Pertamina RU II Dumai, dibutuhkan kerja sama masyarakat setempat untuk mewujudkannya. Butuh kerja sama yang berkesinambungan antara yang diberdayakan dengan yang memberdayakan.

Masyarakat yang sudah menerima program tersebut pasti memiliki respon/reaksi terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diselenggarakan oleh PT. Pertamina RU II Dumai. baik itu respon positif maupun negatif. Respon yang diberikan masyarakat dapat diketahui dengan beberapa pertanyaan dalam angket yang penulis sediaka. Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi respon masyarakat tersebut adalah faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri masyarakat dimana adanya keinginan, niat dan tak jarang rasa malas serta mudah menyerah. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar diri masyarakat seperti lingkungan disekitar termasuk orang-orang terdekat. Faktor lainnya yang mempengaruhi adalah tidak tepat sasaran/target on dan target off, masyarakat yang seharusnya mendapatkan program *Corporate Social Responsibility*(CSR) tidak mendapatkan dan sebaliknya.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengangkat

penelitian dengan judul **“Respon Masyarakat Terhadap Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Pertamina RU II Dumai (Studi Masyarakat Di Sekitar PT. Pertamina RU II Dumai)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian fenomena diatas, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana respon masyarakat terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pertamina RU II Dumai?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi respon masyarakat terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pertamina RU II Dumai?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang diteliti, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut ?

1. Untuk mengetahui respon masyarakat terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pertamina RU II Dumai.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi respon masyarakat terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pertamina RU II Dumai.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dibuat memiliki kegunaan yang semestinya bisa memberikan manfaat dan pengetahuan buat pembaca maupun penulis. Adapun manfaatnya antara lainnya:

1. Bagi pembaca, memberi pengetahuan bagi pembaca tentang program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan respon masyarakat di sekitar PT. Pertamina RU II Dumai tentang program *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terhadap perusahaan PT. Pertamina RU II Dumai khususnya sebagai informasi dalam pengembangan dan implementasi CSR di masa yang akan datang.

B. Tinjauan Pustaka

2.1 Teori Persepsi

Bruner (dalam Sarwono, 1984:95) mengatakan bahwa persepsi adalah proses kategorisasi. Organisme dirangsang oleh suatu masukan tertentu (obyek-obyek di luar, peristiwa dan lain-lain) dan organisme itu berespons dengan menghubungkan masukan itu dengan salah satu kategori (golongan) obyek-obyek atau peristiwa-peristiwa. Proses menghubungkan ini adalah proses yang aktif dimana individu yang bersangkutan dengan sengaja mencari kategori yang tepat sehingga ia dapat mengenali atau memberi arti kepada masukan tersebut. Dengan demikian persepsi juga bersifat inferensial (menarik kesimpulan). Krech dan Crutchfield (dalam Sarwono, 1984:94) menyatakan bahwa ada 2 golongan variabel yang mempengaruhi persepsi, yaitu:

- a. Variabel struktural: yaitu faktor-faktor yang terkandung dalam fisik dan neurofisiologik. Kaitan variabel struktural ini dengan persepsi adalah di mana masyarakat pasti melihat terlebih dahulu apakah program tersebut meyakinkan dan bagaimana

secara fisiknya program tersebut diselenggarakan. Maka dari itu masyarakat dapat memberikan persepsi terhadap apa yang mereka sudah alami.

- b. Variabel fungsional: yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri si pengamat seperti kebutuhan (needs), suasana hati (moods), pengalaman masa lampau dan sifat-sifat individual lainnya. Kaitan variabel fungsional ini dengan persepsi masyarakat adalah bagaimana program *Corporate Social Responsibility* (CSR) bisa memenuhi kebutuhan dan pengalaman masyarakat. sehingga masyarakat memberikan persepsi terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut.

2.2 Teori Respon

Harvey dan Smith (dalam Ahmadi, 1999: 164) mendefinisikan bahwa respon merupakan bentuk kesiapan dalam menentukan sikap baik dalam bentuk positif atau negatif terhadap obyek atau situasi. Definisi tersebut menunjukkan adanya pembagian respon yang dirinci sebagai berikut:

- a. Respon positif

Sebuah bentuk respon, tindakan, atau sikap yang menunjukkan atau memperlihatkan, menerima, mengakui, menyetujui, serta melaksanakan norma-norma yang berlaku dimana individu itu berada. Kaitannya dengan respon masyarakat terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah dimana masyarakat sudah mengetahui dan ikut berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan dalam program tersebut.

- b. Respon negatif

Bentuk respon, tindakan, atau sikap yang menunjukkan atau memperlihatkan penolakan atau tidak menyetujui terhadap norma-norma yang berlaku dimana individu itu berada. Kaitannya dengan respon masyarakat terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah masyarakat masih kurang mengetahui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut dan kurang berpartisipasi dalam kegiatan yang diadakan.

Hal yang diperlukan dan sangat penting dalam mengukur respon adalah persepsi, sikap dan partisipasi. Respon tidak terlepas dari pembahasan persepsi, sikap, dan partisipasi (Adi, 1994: 105). Menurut Morgan, King dan Robinson, bagian dimana kita melihat, mendengar, merasakan, mencium dunia sekitar kita disebut dengan persepsi, dengan kata lain persepsi dapat juga didefinisikan sebagai gejala suatu yang dialami manusia. Berdasarkan uraian di atas, William James menyatakan bahwa persepsi terbentuk atas dasar data yang kita peroleh dari lingkungan yang diserap oleh indera kita, serta sebagian yang lainnya. Diperolehnya dari pengelolaan ingatan kemudian diolah kembali berdasarkan pengalaman yang kita miliki (Adi, 1994: 169). Persepsi dimana masyarakat yang sudah mengikuti program *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan dirangsang oleh beberapa informasi sehingga mereka memiliki persepsi masing-masing tentang program tersebut.

Sikap adalah kecenderungan atau kesediaan seseorang untuk bertingkah laku kalau ia menghadapi suatu rangsangan tertentu. Sikap juga merupakan organisasi pendapat, keyakinan seseorang mengenai objek atau situasi yang relatif disertai dengan adanya perasaan tertentu, dan memberikan dasar kepada orang tertentu untuk membuat respon atau

berperilaku dalam cara yang tertentu yang dipilihnya (Adi, 1994: 170). Sikap adalah dimana masyarakat yang sudah menerima informasi-informasi akan memiliki sikap terhadap program yang diadakan oleh PT. Pertamina RU II Dumai. Partisipasi menjadi hal yang sangat penting, bahkan mutlak diperlukan untuk mengukur respon. Pendekatan partisipasi bertumpu pada kekuatan masyarakat untuk secara aktif berperan serta dalam proses pembangunan secara menyeluruh. Partisipasi aktif masyarakat dalam pelaksanaan program pembangunan memerlukan kesadaran, minat dan kepentingan yang sama. Untuk berhasilnya sebuah program pembangunan, masyarakat dituntut untuk ikut serta terlibat tidak hanya pada aspek kognitif dan praktis tetapi juga ada keterlibatan emosional terhadap program tersebut. (Adi, 1994: 179). Partisipasi adalah dimana masyarakat yang sudah mengikuti program *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan memiliki sikap serta ikut berpartisipasi atau tidak dalam program tersebut.

2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.3.1 Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 pasal 74 ayat 1 tentang Perseroan Terbatas (PT) yang membahas *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1)

dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Hendrik Budi Untung (2008) *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. Secara umum *Corporate Social Responsibility* merupakan peningkatan kualitas kehidupan, mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota masyarakat untuk dapat menanggapi keadaan sosial yang ada, dan dapat menikmati serta memanfaatkan lingkungan hidup termasuk perubahan-perubahan yang ada sekaligus memelihara lingkungan hidup tersebut atau dengan kata lain merupakan cara perusahaan mengatur proses usaha untuk memproduksi dampak positif pada masyarakat. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas (K Clement Sankat, dalam Rudito, 2002). Dari sini tersirat suatu pernyataan bahwa sasaran usaha adalah komunitas secara lebih luas menjadi inti dari *Corporate Social Responsibility*, dijelaskan bahwa anggota masyarakat yang lebih luas termasuk didalamnya adalah karyawan perusahaan, anggota keluarga karyawan serta masyarakat yang menjadi lingkungan sosial perusahaan itu sendiri.

Menurut The World Business Council For Sustainable Development (WBCSD) menyatakan bahwa

Corporate Social Responsibility adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut dengan komunitas-komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. Dari pernyataan ini, terlihat adanya usaha untuk ikut terlibat dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan sehingga dengan demikian kemandirian sebuah masyarakat menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah usaha.

2.3.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Community Development atau *Comdev* merupakan bentuk perwujudan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Keberadaan perusahaan idealnya bermanfaat untuk masyarakat sekitar. Bahwa prinsip dasar *Corporate Social Responsibility* adalah pemberdayaan masyarakat setempat yang notabene miskin agar terbebas dari kemiskinan. Selain memberdayakan masyarakat dari sisi perusahaan, jelas agar operasional berjalan lancar tanpa gangguan. Jika hubungan antara perusahaan dengan masyarakat tidak mesra dapat dipastikan ada masalah. Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* belum sepenuhnya diterima oleh masyarakat. Itu disebabkan oleh minimnya perhatian perusahaan terhadap pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*. Dari uraian tersebut menurut Hendrik Budi Untung (2008), tampak bahwa manfaat *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan antara lain:

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merk perusahaan
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial

- c. Mereduksi risiko bisnis perusahaan
- d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan
- e. Membuka peluang pasar yang lebih luas
- f. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah
- g. Memperbaiki hubungan dengan regulator
- h. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*
- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
- j. Peluang mendapatkan penghargaan.

C. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yaitu di wilayah sasaran program *Corporate Social Responsibility* (CSR), yaitu Kelurahan Jaya Mukti dan Kelurahan Tanjung Palas. Adapun 2 kelurahan tersebut berada di sekitar PT. Pertamina RU II Dumai. Alasan penulis mengambil lokasi penelitian di 2 kelurahan tersebut adalah karena program *Corporate Social Responsibility* (CSR) lebih banyak memberikan bantuan di daerah sekitar perusahaan.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang ada (Sugiyono,2012:91). Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampel jenuh (sensus). Teknik sampel jenuh (sensus) merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dipilih sebagai sampel (Martono,2011:79). Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di Kelurahan

Jaya Mukti dan Kelurahan Tanjung Palas Kecamatan Dumai Timur yang sudah menerima program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pertamina RU II Dumai. Menurut hasil wawancara sekilas peneliti dengan Pak Kevin atau pihak PT. Pertamina RU II Dumai bagian *Corporate Social Responsibility* (CSR) jumlah anggota yang berada di Kelurahan Jaya Mukti sebanyak 5 orang dan di Kelurahan Tanjung Palas sebanyak 15 orang.

5. Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2003:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Sedangkan penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan.

D. Hasil Penelitian

Respon Masyarakat Terhadap Program Corporate Social Responsibility (CSR)

Pengetahuan merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Dengan adanya pengetahuan manusia bisa menentukan pilihan-pilihan yang hendak dicapai. Dalam hal ini masyarakat Kelurahan Tanjung Palas dan Kelurahan Jaya Mukti yang mengikuti program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diselenggarakan PT. Pertamina RU II Dumai pasti membutuhkan pengetahuan tentang program yang mereka jalani. Untuk itu pendapat responden mengenai pengetahuan terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.10

Pengetahuan Masyarakat tentang Program CSR

No	Kategori	Frekuensi (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Sudah mengetahui	17	85%
2.	Tidak mengetahui	3	15%
Total		20	100%

Sumber: Oalahan Data Lapangan, 2018.

Tabel 5.10 menunjukkan bahwa ada sebanyak 17 orang atau 85% yang sudah mengetahui program yang diikuti adalah program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diadakan PT. Pertamina RU II Dumai dan ada sebanyak 3 orang atau 15% yang tidak mengetahui bahwa yang mereka ikuti adalah program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diadakan oleh pihak kelurahan.

Partisipasi Masyarakat dalam Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Pertamina RU II Dumai

Partisipasi berasal dari bahasa inggris yaitu "participation" adalah pengambilan bagian atau pengikutsertaan. Menurut Keith Davis, partisipasi adalah suatu keterlibatan mental dan emosi seseorang kepada pencapaian tujuan dan ikut bertanggung jawab di dalamnya. Dalam definisi tersebut kunci pemikirannya adalah keterlibatan mental dan emosi. Partisipasi juga merupakan suatu gejala demokrasi dimana orang diikutsertakan dalam suatu perencanaan serta dalam pelaksanaan dan juga ikut memikul tanggung jawab sesuai dengan tingkat kematangan dan tingkat kewajibannya. Partisipasi juga dapat berupa partisipasi aktif dan pasif. Partisipasi aktif dimana masyarakat ikut dalam kegiatan tersebut bukan hanya sekedar terdaftar sebagai anggota namun ikut serta dalam setiap

kegiatan yang ada dan menyumbangkan tenaga serta pikiran dan menuangkannya di dalam kegiatan tersebut. Sementara partisipasi pasif adalah dimana masyarakat hanya sekedar menjadi anggota dan tidak ikut serta dalam menyumbangkan tenaga dan pikirannya. Partisipasi masyarakat Kelurahan Jaya Mukti dan Kelurahan Tanjung Palas dalam mengikuti kegiatan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.11
Partisipasi masyarakat dalam Program CSR

No.	Kategori	Frekuensi (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Berpartisipasi aktif	18	90%
2.	Berpartisipasi pasif	2	10%
Total		20	100%

Sumber: Olahan Data Lapangan, 2018.

Tabel 5.11 menunjukkan bahwa masyarakat sudah berpartisipasi secara aktif. Hal tersebut dibuktikan dengan jawaban dari angket yang sudah disebarkan oleh penulis dan uraian pada tabel di atas. Masyarakat mengikuti aturan-aturan dari pihak Pertamina dan ikut dalam kegiatan tersebut. Masyarakat yang hanya mengikuti program saja dan tidak ikut aktif dalam menyumbangkan tenaga serta masukan hanya berjumlah 2 orang atau 10% dari jumlah responden yaitu sebanyak 20 orang. sedangkan masyarakat yang ikut berpartisipasi aktif sebanyak 18 orang atau 90%.

Keluhan dan Saran Masyarakat Terhadap Program Corporate Social Responsibility (CSR)

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diadakan

oleh pihak PT. Pertamina RU II Dumai adalah salah satu wujud tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat, khususnya masyarakat sekitar perusahaan. Masyarakat yang sudah mengikuti program tersebut dan berada di sekitar daerah perusahaan adalah masyarakat yang berada di Kelurahan Jaya Mukti dan Tanjung Palas, meskipun tidak keseluruhan masyarakat tersebut yang ikut. Namun masyarakat tersebut tetap memiliki tanggapan dan keluhan dalam menjalani kegiatan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut. Adapun keluhan masyarakat yang mengikuti program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.12
Keluhan Masyarakat terhadap Program CSR

No.	Memiliki Keluhan Selama Mengikuti Program CSR	Frekuensi (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Ya	3	15%
2.	Tidak	17	85%
Total		20	100%

Sumber: Olahan Data Lapangan, 2018.

Tabel 5.12 menunjukkan bahwa ada sebanyak 3 orang responden yang memiliki keluhan atau sebanyak 15% dan ada 17 orang responden yang tidak memiliki keluhan atau sebanyak 85%. Keluhan yang dialami oleh responden adalah: daerah penanaman jamur tidak cocok, tambahan pelatit, dan perlu diadakan bimbitngan serta pendampingan dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut. Saran masyarakat yang sudah mengikuti program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebaiknya pihak

PT. Pertamina lebih memperhatikan daerah tempat penanaman jamur, memberikan tambahan pelatih agar masyarakat semakin mengerti dalam mengikuti kegiatan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta memberikan peluang bagi anak-anak yang tidak dapat melanjutkan sekolah atau duduk di bangku perkuliahan.

Hubungan Pengetahuan Terhadap Partisipasi Masyarakat Dalam Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengetahuan masyarakat tentang program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi partisipasi masyarakat yang mengikuti program tersebut. Adapun partisipasi masyarakat yang mengikuti program *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah ada yang secara aktif dan pasif. Masyarakat yang mengikuti program wajib ikut serta dalam kegiatan pelatihan yang diadakan oleh pihak PT. Pertamina RU II Dumai. Namun, ada juga masyarakat yang memilih tidak mengikuti pelatihan tersebut. Untuk melihat hubungan antara pengetahuan terhadap partisipasi masyarakat dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.13

Hubungan Pengetahuan Terhadap Partisipasi Masyarakat Dalam Program CSR

No	Pengetahuan	Partisipasi		Total
		Aktif	Pasif	
1.	Sudah Mengetahui	17	0	17
2.	Tidak Mengetahui	1	2	3
Jumlah		18	2	20

Sumber: Olahan Data Lapangan, 2018.

Tabel 5.13 menunjukkan bahwa masyarakat yang mengikuti program yang sudah mengetahui tentang program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pertamina RU II Dumai adalah sebanyak 17 orang dan mereka juga berpartisipasi aktif dalam kegiatan pelatihan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan masyarakat yang tidak mengetahui adalah sebanyak 3 orang, dimana ada 1 orang yang berpartisipasi aktif dan ada 2 orang lagi yang berpartisipasi pasif. Kesimpulan dari tabel 5.13 adalah masyarakat yang sudah mengetahui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) kebanyakan sudah berpartisipasi aktif. Pengetahuan masyarakat berhubungan dengan partisipasi masyarakat dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan ada beberapa orang yang tidak mengetahui tidak menjamin juga mereka tidak berpartisipasi. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya 1 orang yang berpartisipasi aktif meskipun dia tidak mengetahui program tersebut dari pihak PT. Pertamina RU II Dumai.

Kegiatan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Masyarakat Kelurahan Jaya Mukti dan Kelurahan Tanjung Palas yang mengikuti program *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan diberikan alat untuk membuat kerajinan tangan/konveksi serta kumbung untuk budidaya jamur tiram putih. Bukan hanya itu saja masyarakat juga diberikan pelatihan oleh pihak PT. Pertamina dimana kegiatan pelatihan tersebut dilakukan dalam 2 atau 3 minggu sekali sampai masyarakat tersebut dapat mandiri. Masyarakat yang mengikuti program tersebut sudah mengikuti program sejak tahun 2015. Program *Corporate Social*

Responsibility (CSR) yang diadakan adalah berlangsung selama 3 tahun.

Hasil dari kerajinan tangan ataupun hasil budidaya jamur tiram putih akan dipromosikan oleh pihak PT. Pertamina RU II Dumai jika ada event, seperti event sosialisasi ke masyarakat. Adapun nilai jual seperti kaos yang dibuat oleh kelompok Adelis berkisar Rp. 50.0000 atau lebih. Serta penjualan kebaya berkisar Rp. 250.000 atau lebih. Begitu pula dengan harga jamur tiram putih yang sering digunakan untuk masakan berkisar Rp. 10.000 atau lebih.

E. Penutup

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan sehubungan dengan Respon Masyarakat terhadap Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pertamina RU II Dumai, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Respon Masyarakat terhadap Program CSR PT. Pertamina RU II Dumai :

- a. Masyarakat Kelurahan Jaya Mukti dan Kelurahan Tanjung Palas yang mengikuti program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebanyak 17 orang atau 85% sudah mengetahui apa itu program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diadakan oleh pihak PT. Pertamina RU II Dumai. Masyarakat juga sudah mengikuti program tersebut dari tahun 2015 hingga tahun 2018.
- b. Partisipasi masyarakat Kelurahan Jaya Mukti dan Kelurahan Tanjung Palas yang sudah mengikuti program *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah

sebanyak 18 orang atau 90% sudah berpartisipasi secara aktif. Masyarakat sudah mengikuti kegiatan tersebut baik secara fisik maupun secara pikiran turut menyumbangkan saran-saran untuk kegiatan program tersebut.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Respon Masyarakat terhadap Program CSR PT. Pertamina RU II Dumai :

a. Faktor Internal

Faktor dari dalam yang mempengaruhi respon masyarakat adalah pendidikan, pengalaman, dan syarat identitas masyarakat dalam mengikuti program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Faktor-faktor tersebut sangat mempengaruhi jawaban responden. Masyarakat yang sudah menerima program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan pendidikan terakhir SLTA adalah yang ikut berpartisipasi aktif dalam program tersebut. Masyarakat yang memiliki pengalaman dalam program sebelumnya juga berpartisipasi aktif. Hubungan antara pendidikan dan pengalaman berpengaruh dalam respon masyarakat terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

b. Factor Eksternal

Faktor dari luar masyarakat yang mempengaruhi respon masyarakat terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah informasi masyarakat mengenai program CSR,

kedekatan masyarakat dengan pihak kelurahan, dan faktor off target (tidak tepat sasaran). Dari segi informasi, masyarakat sebanyak 10 orang mendapatkan informasi dari pihak Pertamina. Sementara kedekatan masyarakat dengan pihak kelurahan adalah tidak ada masyarakat yang memiliki kedekatan dengan pihak kelurahan. Sedangkan faktor off target, pihak Pertamina sudah memberikan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut dengan tepat sasaran.

2. Saran

Adapun saran dari hasil penelitian tentang Respon Masyarakat terhadap Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pertamina RU II Dumai adalah sebagai berikut :

1. Kepada masyarakat, secara khusus masyarakat yang berada di sekitar PT. Pertamina RU II Dumai yang belum mengikuti program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan mempunyai kemampuan dalam bidang konveksi atau kerajinan tangan serta bidang budi daya jamur tiram putih hendaknya ikut berpartisipasi dalam mengikuti program tersebut. Terutama anak-anak remaja yang baru tamat sekolah dan memiliki kemampuan di bidang tertentu yang memiliki nilai tambah bagi masyarakat luas hendaknya juga ikut berpartisipasi dalam

program *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut.

2. Kepada pihak PT. Pertamina RU II Dumai hendaknya lebih memperhatikan keluhan-keluhan masyarakat yang mengikuti program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam hal pelatihan, bimbingan dan pendampingan. Serta lebih menyesuaikan program yang akan diadakan terhadap kondisi daerah Dumai yang beriklim tropis. Agar hasil yang didapatkan dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut lebih maksimal lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi.1999.*Psikologi Sosial*.Jakarta:Rineka Cipta.
- Budi, Untung Hendrik.2008.*Corporate Social Responsibility*.Bandung:Sinar Grafika.
- Jalaludin, Rakhmat.2005.*Psikologi Komunikasi*.Bandung:PT. Remaja Rosda Karya.
- J.P Chaplin.1997.*Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta:Grafindo Persada.
- Kartono, Kartini dan Gulo, Dali.2003. *Kamus Psikologi*.Bandung:Pionor Jaya.
- Mardikanto, Totok dan Soebiato, Poerwoko.2015. *Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung:Alfabeta.
- Martono, Nanang.2011.*Metode Penelitian Kuantitatif*.Jakarta:PT. Grafindo Persada.
- Rudito, Bambang dan Famiola.2013.*CSR(Corporate Social*

Responsibility). Bandung: Rekayasa Sains.

Rukminto, Isbandi Adi. 1994. *Psikologi, Pekerjaan Sosial dan Ilmu Kesejahteraan Sosial*. Jakarta: Grafindo Persada.

Sarwono, Sarlito Wirawan. 1984. *Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta: CV. Rajawali

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Soekanto, Soerjono. 2013. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Grafindo Persada.

Thoah, M. 2002. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Gresik: Fascho Publishing.

Skripsi Online

Armenia, Resty. 2013. *Respon Masyarakat Terhadap Program Corporate Social Responsibility dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan*.

Jalu Radidyo, Mochamad. 2013. *Respon Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) PLTU Karangandri Kecamatan Kesugihan Kabupaten Cilacap*.

Mapisangka, Andi. 2009. *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT. BIC Batam Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat*.

Maharani. 2016. "Persepsi Masyarakat Tentang Implementasi Program CSR (Corporate Social Responsibility) Pasca Tambang Perusahaan PT. Aneka Tambang di Desa Kacepi Kecamatan Pulau Gebe Kabupaten Halmahera Tengah".

Wahyuningrum, Yuniarti. 2013. *Pengaruh Program Corporate Social Responsibility Terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat (Studi Pada PT. Amerta Indah)*.

Akses internet dan lainnya

Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Corporate Social Responsibility dalam situs UU_40_2007-1.PDF diakses pada tanggal 4 Maret 2018. <https://www.pertamina.com/id/sejarah-pertamina> diakses pada tanggal 3 Juli 2018.

<https://www.pertamina.com/id/visi-misi-tujuan-dan-tata-nilai> diakses pada tanggal 3 Juli 2018.

Wawancara bersama Pak Kevin pihak PT. Pertamina bidang CSR 5 Juli 2018.