

**IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT.
PERTAMINA RU II SUNGAI PAKNING PROGRAM KONSERVASI DAN REVITALISASI
MANGROVE TAHUN 2018-2019**

Naskah Publikasi

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:

Asri Dewi

20160530136

**ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Naskah Publikasi dengan Judul
**IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) PT PERTAMINA RU II SUNGAI PAKNING PROGRAM
KONSERVASI DAN REVITALISASI MANGROVE TAHUN 2018-2019**



Dr. Yeni Rosilawati, S.IP., S.E., M.M

ABSTRAK

Kontribusi perusahaan dalam membangun masyarakat diterapkan melalui program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau dikenal dengan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Konsep CSR dipengaruhi pemikiran bahwa keberadaan perusahaan bergantung hidup dari lingkungan dan masyarakat dimana dia berada dan disesuaikan dengan permasalahan yang ada pada sekitar lokasi perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab kepada para *stakeholder* dan lingkungan sekitarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tahapan implementasi CSR. Terdapat dua hal yang menjadi fokus yakni latar belakang terbentuknya program dan implementasi program CSR serta pengaruh kearifan lokal adat melayu. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah studi kasus, dengan pengumpulan data berupa *indepth interview*, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi program CSR ini memiliki perspektif *sustainable development* mengenai isu lingkungan dan berdasarkan kearifan lokal adat melayu melalui Tradisi Penurunan Kapal dan kepercayaan masyarakat. Program dilaksanakan secara partisipatif oleh masyarakat penerima manfaat program yakni Kelompok Harapan Bersama dalam tiga kelompok kerja (pojka) yaitu pokja konservasi dan revitalisasi kawasan mangrove, pokja budidaya ikan nila air payau, dan pojka pengolahan produk.

Kata Kunci: Implementasi Program CSR, Kearifan Lokal, Mangrove

ABSTRACT

The company's contribution in building society is implemented through the Corporate Social Responsibility program, known as the Corporate Social Responsibility (CSR) program. The concept of CSR is influenced by the idea that the existence of a company depends on the life of the environment and the community where it is located and adjusted to the problems that exist in the vicinity of the company's location as a form of responsibility to stakeholders and the surrounding environment. This study aims to describe the stages of CSR implementation. There are two things that are the focus, namely the background of the formation of the program and the implementation of CSR programs as well as the influence of indigenous indigenous Malay wisdom. The research method in this research is a case study, with data collection in the form of in-depth interviews, and documentation studies. The results of this study indicate that the implementation of this CSR program has a perspective of sustainable development on environmental issues and is based on indigenous indigenous Malay wisdom through Ship Drop Traditions and community trust. The program was carried out in a participatory manner by the program beneficiaries, namely the Harapan Bersama Group in three working groups (pojka), namely the conservation and revitalization working group of mangrove areas, the working group of brackish water tilapia fish cultivation, and the product processing pojka.

Keywords: Implementation of CSR Programs, Local Wisdom, Mangroves

A. Pendahuluan

Permasalahan sosial saat ini menjadi semakin kompleks. Sehubungan perkembangan industri dan usaha, dampak yang terjadi pun semakin banyak baik dari segi infrastruktur, limbah, polusi, hingga akses jalan yang rusak akibat adanya mobilitas untuk operasional perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari isu-isu yang semakin berkembang di Indonesia baik dari segi permasalahan lingkungan, ekonomi, infrastruktur, hingga sumber daya.

Usaha dalam meningkatkan kesejahteraan hidup yang diidentifikasi dengan tingkat ekonomi dan pendapatan ternyata tidak berjalan seiring dengan kondisi lingkungan yang semakin parah. Akibatnya adalah ketidakmampuan masyarakat untuk dapat hidup secara berkelanjutan dalam usaha meningkatkan ekonomi sekaligus memelihara lingkungan (Rudito dan Famiola, 2013). Berdasarkan hasil survei oleh Indo Barometer 2017 dapat dilihat bahwa isu perekonomian masih menjadi permasalahan utama di Indonesia, diikuti dengan harga kebutuhan pokok, permasalahan agama dan SARA, hingga infrastruktur. Permasalahan yang terjadi bukan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah setempat, namun menjadi tanggung jawab seluruh elemen yang ada di suatu negara. Baik dari pihak pemerintahan, perusahaan, LSM, serta masyarakat memiliki andil dan peran untuk berpartisipasi dalam penyelesaian permasalahan yang terjadi di Indonesia.

Kontribusi perusahaan dalam membangun masyarakat diterapkan melalui program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau lebih dikenal dengan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Di antara banyak definisi tanggung jawab sosial perusahaan, yang paling banyak diterima saat ini adalah bahwa “kontribusi sukarela perusahaan untuk pembangunan berkelanjutan” (Lamarche, 2016). Dalam hal ini, perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban untuk melakukan program tanggung jawab kepada masyarakat, namun untuk memastikan dampak dan manfaat yang didapatkan masyarakat melalui program itu berkelanjutan (*sustainability*).

Pelaksanaan program CSR juga meningkatkan hubungan perusahaan dengan masyarakat sekitar, atau dikenal melalui praktik hubungan komunitas atau biasa disebut dengan *community relations*. Komunitas dipahami sebagai sekelompok orang yang memiliki kepentingan dan terkait dengan keberadaan perusahaan, serta secara geografis berada di wilayah sekitar perusahaan (Grunig dan Hunt dalam Kriyantono, 2014). Aktivitas perusahaan terutama pengelola sumber daya alam *unrenewable resource* seperti minyak bumi dan gas serta pertambangan memiliki dampak

lingkungan yang besar seperti limbah, polusi, rusaknya infrastruktur umum, hingga kebisingan yang diakibatkan oleh aktivitas mesin. *Community relation* berperan dalam pertahanan lingkungan yang mana baik perusahaan dan komunitas dapat bekerja sama dalam kelestarian lingkungan, disisi lain dapat menjaga relasi antara kedua belah pihak.

Konsep CSR dipengaruhi pemikiran bahwa keberadaan perusahaan bergantung hidup dari lingkungan dan masyarakat dimana dia berada (Rosilawati dan Mulawarman, 2019). Kegiatan CSR harus disesuaikan dengan permasalahan yang ada pada sekitar lokasi perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab kepada para *stakeholder* dan lingkungan sekitarnya (Hasan dan Andriany, 2015).

Isu lingkungan dan konservasi sumber daya alam merupakan pesan CSR kategori pengungkapan lingkungan yang paling banyak dikomunikasikan pada *official website* perusahaan BUMN yaitu sebanyak 37 perusahaan (67,3%) menampilkan isu lingkungan pada *official website* perusahaan dan sebanyak 37 (67,3%) perusahaan yang diteliti mengkomunikasikan kegiatan CSR yang berhubungan dengan konservasi sumber daya alam (Nurjannah dkk, 2017). Program konservasi sumber daya alam yang banyak dikomunikasikan perusahaan BUMN pada laman resminya adalah program konservasi keekaragaman hayati seperti penghijauan, pembuatan dan penanaman terumbu karang serta konservasi hewan langka (Nurjannah dkk, 2017). Salah satu perusahaan yang melaksanakan program CSR adalah Pertamina.

Perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) ini bergerak di bidang penyediaan gas dan minyak bumi. Sebagai perusahaan BUMN, Pertamina berperan besar dalam pelayanan publik dan penyelesaian isu-isu yang berkembang di masyarakat khususnya terkait lingkungan, sosial, dan ekonomi. Pertamina telah melaksanakan kegiatan CSR sejak lama di berbagai provinsi baik terkait isu lingkungan hingga sosial. Komitmen Pertamina dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan diwujudkan dalam berbagai kegiatan CSR yang meliputi bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan, infrastruktur, pemberdayaan masyarakat, manajemen bencana, maupun bantuan khusus. Realisasi kegiatan dilaksanakan oleh seluruh unit kerja fungsi CSR Pertamina, baik di kantor pusat, unit operasi, maupun anak perusahaan. Pertamina mengimplementasikan program CSR untuk tujuan *people, planet, dan profit* (3P) (www.pertamina.com). Tujuan ini menjadi fokus Pertamina dalam menjalankan operasinya, di mana produk-produk yang dikembangkan dan jasa yang diberikan peduli terhadap kelestarian lingkungan khususnya bumi

untuk kepentingan dan masa depan generasi yang akan datang. CSR Pertamina berfokus pada empat isu yang menjadi pilarnya yaitu Pertamina Cerdas, Pertamina Sehati, Pertamina Berdikari, dan Pertamina Hijau.

Program CSR Pertamina Hijau merupakan program konservasi lingkungan yang berfokus kepada pelestarian mangrove. Program ini merupakan program pusat yang dilaksanakan oleh seluruh unit operasi dan anak perusahaan PT. Pertamina. Salah satu unit PT. Pertamina yang melaksanakan program Pertamina Hijau adalah PT. Pertamina RU II Sungai Pakning melalui program Konservasi dan Revitalisasi Kawasan Mangrove Permata Hijau yang berlokasi di Desa Pangkalan Jambi, Kecamatan Bukit Batu, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau.

Indonesia memiliki mangrove terluas di dunia yaitu 3,4 juta hektar, namun di tahun 2018, sekitar 41 persen atau seluas 1,82 juta ha mangrove berada dalam kondisi kritis. Ekosistem Mangrove merupakan salah satu ekosistem lahan basah yang paling produktif, dengan 80% tangkapan perairan laut sangat bergantung langsung maupun tak langsung terhadap keberadaan Mangrove dan ekosistem pesisir lainnya (www.kehati.or.id). Aktivitas mesin perusahaan yang selain berdampak limbah lingkungan, juga memiliki dampak polusi udara berupa sulfur dioksida yang dihasilkan oleh pabrik – pabrik serta karbon dioksida (CO₂) dan karbon monoksida (CO) hasil pembakaran. Peningkatan konsentrasi karbon dioksida di atmosfer merupakan salah satu penyebab terbesar terjadinya pemanasan global (Sunu, 2001).

PT. Pertamina RU II Sungai Pakning juga mendapat *Indonesian Sustainable Development Goals Award (ISDA)* 2018 untuk poin *Sustainable Development Goals (SDG's)* 14 tentang Pelestarian Ekosistem Laut (<https://pertamina.com>). Program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove Permata Hijau ini berbeda dengan program CSR perusahaan lain karena dilatar belakangi isu yang berdampak secara langsung bagi kehidupan masyarakat. Seperti halnya Pertamina, PT Indocement juga melaksanakan program CSR berbasis konservasi mangrove yang dilaksanakan di desa Langadai, Tarjun. Keberadaan Hutan Mangrove di Desa Langadai terancam karena hutan tersebut ditebang untuk menjadi kayu bakar atau dibuka menjadi tambang oleh masyarakat sekitar, tindakan penebangan tersebut memberikan dampak negatif ke masyarakat.

Perbedaan program CSR PT. Pertamina RU II Sungai Pakning dengan program CSR PT Indocement adalah program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove di lokasi CSR PT. Pertamina RU II Sungai Pakning dikarenakan beberapa alasan selain menipisnya ekosistem mangrove akibat

penebangan liar, juga karena abrasi lahan parah yang mengakibatkan masyarakat harus relokasi dari tempat tinggal mereka yang semula di pesisir pantai, ke daerah daratan yang lebih jauh. Munculnya program ini dikarenakan keresahan yang telah dialami masyarakat terkait ancaman relokasi dan abrasi yang terus berlanjut. Aspek multikultur juga mempengaruhi kegiatan CSR ini, dikarenakan Desa Pangkalan Jambi merupakan daerah mayoritas penduduk melayu dan memiliki kearifan lokal tersendiri untuk dapat mengajak masyarakat berpartisipasi.

Dalam kurun waktu dua tahun, CSR PT. Pertamina RU II Sungai Pakning telah mampu melakukan program pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat dengan baik yang dapat dilihat dari banyaknya penghargaan CSR yang diterima PT. Pertamina RU II Sungai Pakning. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait implementasi program CSR Permata Hijau PT. Pertamina RU II Sungai Pakning.

A. Kerangka Teori

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR merupakan komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan mengontribusikan sebagian sumber daya perusahaan (Kotler dan Lee, 2005). Lord Holme dan Richard Watts (2006) mendefinisikan CSR pada dasarnya merupakan satu bentuk tindakan yang berangkat dari perilaku etis perusahaan dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarga mereka sebagai masyarakat setempat dan masyarakat pada umumnya.

Dalam perkembangannya, istilah *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial kini sudah semakin populer dikalangan masyarakat dan perusahaan dengan semakin meningkatnya praktek tanggung jawab sosial perusahaan, dan diskusi global, regional dan nasional tentang CSR. Seolah tidak bisa di pungkiri, kegiatan ini merupakan suatu keharusan bagi perusahaan untuk di implementasikan, ditambah lagi dengan adanya hukum yang mengatur pelaksanaan program CSR pada perusahaan.

Konsep CSR mengartikan bahwa organisasi merupakan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya (Rusdianto, 2013). Konsep ini memberikan cara bagi perusahaan untuk melibatkan diri dan memberikan perhatian terhadap dampak sosial yang ada. CSR lebih lanjut dimaknai sebagai komitmen

perusahaan atau organisasi untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas (Rusdianto, 2013).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi korporat untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan. Kebutuhan korporat untuk beradaptasi dan guna mendapatkan keuntungan sosial dari hubungannya dengan komunitas lokal, sebuah keuntungan sosial berupa kepercayaan (*trust*). CSR tentunya sangat berkaitan dengan kebudayaan perusahaan dan etika bisnis yang harus dimiliki oleh budaya perusahaan, karena untuk melaksanakan CSR diperlukan suatu budaya yang didasari oleh etika yang bersifat adaptif (Rudito dan Famiola, 2013).

ISO 26000 mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan kepentingan stakeholder, sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional, terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi baik kegiatan, produk, maupun jasa (Rusdianto, 2013).

Berdasarkan definisi tersebut, CSR merupakan kegiatan yang telah menjadi kewajiban perusahaan. Aktivitas perusahaan yang memberikan berbagai dampak bagi lingkungan dan sosial, juga dapat berdampak pada relasi perusahaan dengan masyarakat yang tinggal di lokasi sekitar perusahaan. Kegiatan CSR tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tapi juga dapat menjadi media penguatan *engagement* antara perusahaan dan masyarakat. *Engagement* yang baik dengan masyarakat akan memberikan dampak positif dan kemudahan dalam aktivitas operasional perusahaan.

Tahapan Implementasi CSR

Implementasi program CSR dilaksanakan melalui beberapa tahap. Adapun langkah-langkah implementasi CSR (Wibisono, 2007) adalah:

- a. Perencanaan

Tahap ini terdiri dari 3 langkah utama yaitu *Awareness Building*, *CSR Assesment*, dan *CSR Manual Building*.

1. *Awareness building*

Pada tahapan ini bertujuan untuk membentuk kesadaran tentang pentingnya sebuah CSR serta komitmen manajemen perusahaan. Untuk mewujudkan *awareness building* tersebut dapat dilakukan melalui seminar serta diskusi dengan kelompok.

2. *CSR Assesment*

Pada tahap *CSR assesment* berfungsi untuk memetakan bagaimana kondisi perusahaan. Pemetaan tersebut meliputi aspek yang menjadi prioritas perusahaan serta penentuan langkah yang akan diambil ketika akan menerapkan program CSR.

3. *CSR Manual Building*

Pada bagian ini merupakan bagian inti dari tahap perencanaan. *CSR manual building* merupakan sebuah acuan yang akan digunakan oleh perusahaan yang berisi tentang pedoman serta panduan dalam pelaksanaan kegiatan sosial masyarakat. Pedoman ini juga diharapkan mampu menjadi acuan bagi seluruh tindakan perusahaan agar pelaksanaan program yang bersifat terpadu, efisien dan efektif dan tercapai.

b. Implementasi

Terdapat beberapa tahapan yang perlu dilakukan perusahaan. Adapun tahapan yang perlu dilakukan dalam proses Implementasi sebuah program CSR adalah sebagai berikut:

1. Mengorganisir (*organizing*) sumber daya yang dibutuhkan
2. Menempatkan orang (*staffing*) dengan tugas dan pekerjaan yang sesuai.
3. Melakukan pengarahan (*directing*) mengenai tindakan yang harus dilakukan
4. Melakukan pengawasan (*controlling*) dalam proses pelaksanaan
5. Melaksanakan pekerjaan yang sudah sesuai dengan yang direncanakan.
6. Melakukan evaluasi (*evaluating*) untuk mengetahui mengenai sejauh mana pencapaian yang telah dilakukan.

Tahap implementasi terdiri dari 3 langkah utama yaitu:

1. Sosialisasi

Pada tahapan ini merupakan tahapan untuk memperkenalkan kepada seluruh komponen perusahaan tentang aspek yang memiliki kaitan dengan implementasi CSR khususnya tentang pedoman CSR yang telah dibuat. Pada tahapan sosialisasi dirasa perlu untuk membuat sebuah tim khusus yang langsung diawasi oleh direktur agar sosialisasi bersifat efektif. Tujuan dari sosialisasi ini adalah untuk mendapatkan dukungan dari seluruh komponen perusahaan agar nantinya tidak ada kendala pada saat implementasi nantinya.

2. Pelaksanaan

Didalam tahapan implementasi atau pelaksanaan nantinya juga harus sesuai dengan pedoman CSR serta pedoman perusahaan yang telah disusun sebelumnya. Hal ini tentunya bertujuan agar dalam proses implementasi sebuah CSR, sebuah perusahaan dapat melaksanakannya dengan maksimal.

3. Internalisasi.

Didalam tahapan internalisasi berisi tentang upaya yang dilakukan untuk mengenalkan CSR kepada seluruh proses bisnis yang dimiliki perusahaan. Berbeda dengan sosialisasi, tahapan ini merupakan tahapan jangka panjang yang bertujuan agar penerapan CSR nantinya tidak hanya sekedar untuk pemenuhan *compliance* namun sudah *beyond compliance*.

c. Evaluasi

Setelah beberapa tahapan telah dilakukan, maka tahapan selanjutnya adalah tahap evaluasi. Didalam tahap ini bertujuan untuk mengetahui tentang proses penerapan program CSR yang telah dijalankan. Dalam penerapannya, tahap evaluasi harus dilakukan dari waktu ke waktu agar pengukuran keefektifitasan program dapat berhasil. Tahap evaluasi juga semestinya tetap dilakukan dengan tidak bergantung pada kegagalan ataupun keberhasilan sebuah program. Hal ini dikarenakan evaluasi merupakan tahap yang digunakan untuk mengetahui apakah sebuah program dikatakan gagal atau bahkan berhasil.

Lebih lanjut, tahap evaluasi tidak dilakukan dengan tujuan untuk mencari-cari kesalahan yang telah dilakukan. Tahap evaluasi justru dilakukan untuk mempermudah perusahaan dalam mengambil sebuah keputusan. Perusahaan nantinya mampu memutuskan untuk menghentikan, memperbaiki, melanjutkan serta melakukan pengembangan dalam beberapa aspek yang telah diimplementasikan perusahaan pada program CSR. Untuk melakukan tahap evaluasi, perusahaan dapat meminta pihak yang bersifat independen untuk mengaudit program CSR yang telah dilakukan. Sementara itu untuk evaluasi dengan bentuk *assessment audit* atau *scoring* juga bisa dilakukan secara mandatori. Tahap evaluasi ini pada akhirnya akan membantu perusahaan untuk kembali memetakan situasi, kondisi perusahaan, serta pencapaian perusahaan ketika melakukan implementasi CSR melalui sebuah rekomendasi.

d. Pelaporan

Pelaporan perlu dilakukan untuk membangun sistem informasi, baik untuk keperluan proses pengambilan keputusan maupun keperluan keterbukaan informasi material dan relevan mengenai perusahaan. Tujuan diadakannya pelaporan adalah untuk membangun sebuah sistem informasi yang baik didalam sebuah perusahaan. Informasi tersebut nantiya digunakan untuk menunjang keperluan dalam hal pengambilan keputusan serta untuk dilaporkan kepada *stakeholder*.

Perilaku yang bertanggung jawab kepada masyarakat mengenai lingkungan dan perilaku yang bertanggung jawab kepada *customer* memiliki efek positif pada komitmen organisasi, tetapi efek tersebut meningkat setelah perusahaan menganut nilai-nilai CSR (Prutina, 2016).

B. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang mana riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling, bahkan populasi atau samplingnya terbatas (Kriyantono, 2014). Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Rosady Ruslan, 2004), pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku yang dapat

diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks setting tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan *holistic*. Riset kualitatif bertujuan untuk mendapat pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dan perspektif partisipan.

Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan yang merupakan pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut. Salah satu metode dalam penelitian kualitatif deskriptif adalah studi kasus. Studi kasus merupakan penelitian yang berfokus pada suatu kasus tertentu untuk diamati dan diteliti. Kasus yang diteliti dapat berupa individu maupun kelompok (Sutedi, 2009).

Studi kasus sebagai penyelidikan empiris yang menyelidiki fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata. Ketika batas antara fenomena dan konteks tidak jelas, dan di mana banyak sumber bukti digunakan. Inti dari studi kasus, kecenderungan utama di antara semua jenis studi kasus, adalah bahwa ia mencoba untuk menerangi suatu keputusan atau serangkaian keputusan. Mengapa mereka diambil, bagaimana mereka diimplementasikan, dan dengan hasil apa (Yin, 2009).

Pada penelitian implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Pertamina RU II Sungai Pakning program konservasi dan revitalisasi mangrove tahun 2018-2019 ini, peneliti menggunakan metode Studi Kasus. Studi kasus adalah penelitian yang memusatkan diri secara intensif pada sebuah objek tertentu dan mempelajarinya sebagai sebuah kasus (Gunawan, 2016). Artinya, implementasi program CSR Permata Hijau merupakan objek yang akan dipelajari peneliti. Studi Kasus dipilih untuk mempelajari serta menjelaskan hasil temuan mengenai implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Pertamina RU II Sungai Pakning program konservasi dan revitalisasi mangrove tahun 2018-2019 sesuai dengan keadaan di lapangan.

C. Hasil dan Pembahasan

Program Konservasi dan Revitalisasi Permata Hijau merupakan program berbasis lingkungan yang dilakukan oleh CSR PT Pertamina RU II Sungai Pakning. Fokus dalam Program Konservasi dan Revitalisasi Permata Hijau diwujudkan dengan kegiatan konservasi lingkungan, yaitu kawasan mangrove yang semakin memburuk dan lahan yang

terdegradasi. Program ini juga memiliki kegiatan lain seperti budidaya ikan nila air payau dan pengolahan produk guna untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Program Konservasi dan Revitalisasi Permata Hijau juga merupakan program pelestarian lingkungan yang berbasis pada *community development* dengan kategori pelaksanaan kegiatan yaitu *infrastructure*, *capacity building* dan *community empowerment*.

Analisis Program Konservasi dan Revitalisasi Permata Hijau PT Pertamina RU II Sungai Pakning

Sebagai salah satu badan usaha milik negara (BUMN) yang ada di Indonesia, PT Pertamina RU II Sungai Pakning diwajibkan menjalankan peraturan yang berlaku. salah satunya adalah peraturan terkait pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR yang tertera dalam undang-undang nomor 40 tahun 2007 pasal 74 dan peraturan pemerintah no 47 tahun 2012. Pelaksanaan program CSR juga bentuk ketaatan perusahaan terhadap aturan negara dan panduan berskala global seperti ISO 26000 mengenai pelaksanaan CSR. CSR PT Pertamina RU II Sungai Pakning dilaksanakan bukan hanya sebagai pemenuhan kewajiban perusahaan terhadap undang-undang, namun juga untuk mengatasi permasalahan lingkungan dan sosial masyarakat. Selain itu, melalui program ini perusahaan juga ingin mengubah perilaku masyarakat agar dapat menjaga kelestarian lingkungan. Pihak CSR PT Pertamina RU II Sungai Pakning juga menambahkan kegiatan CSR tersebut dilaksanakan melalui program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove Permata Hijau.

Tujuan dari Program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove Permata Hijau tersebut sesuai dengan konsep Corporate Social Responsibility yang telah disampaikan oleh beberapa ahli yang diantaranya adalah Rudito dan Famiola (2013) yaitu konsep tersebut menjelaskan bahwa CSR membuat perusahaan dapat berinteraksi dengan komunitas lokal dan beradaptasi guna untuk mendapatkan relasi dan keuntungan sosial. Dalam hal ini, PT Pertamina RU II Sungai Pakning memerlukan penerimaan masyarakat sekitar yang merupakan *stakeholder* mereka yang terdekat dan terkena dampak operasional perusahaan. Dampak yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan dapat merugikan masyarakat mulai dari polusi, limbah, serta infrastruktur. Oleh karena itu, program CSR merupakan jalan untuk mendapatkan *social licence to operate* atau lisensi sosial agar bisa tetap beroperasi dengan lancar dan tetap memiliki relasi yang baik dengan masyarakat setempat

Konsep CSR sebagaimana yang dijelaskan oleh Rusdianto (2013) merupakan organisasi adalah sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungannya, yang mana konsep ini memberikan cara bagi perusahaan untuk melibatkan diri dan memberikan perhatian terhadap dampak sosial yang ada juga komitmen perusahaan untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup komunitas lokal dan masyarakat lebih luas. Program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove Permata Hijau dilaksanakan atas dasar kepedulian lingkungan, yang mana kerusakan lingkungan di daerah Ring 2 terdampak operasional perusahaan yaitu Desa Pangkalan Jambi oleh faktor alam dan perilaku manusia dalam menyebabkan rusaknya ekosistem mangrove dan abrasi lahan.

Dampak yang didapatkan masyarakat melalui permasalahan ini adalah masyarakat Desa Pangkalan Jambi harus relokasi dari permukiman hingga ke 300 meter dari lokasi permukiman sebelumnya. Dalam hal ini, Program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove Permata Hijau melibatkan diri ke dalam isu yang dihadapi masyarakat dan berkontribusi dalam penanganan isu tersebut dengan adanya kegiatan konservasi dan revitalisasi mangrove, serta pelatihan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam menjaga ekosistem mangrove. Selain itu, program CSR PT Pertamina RU II Sungai Pakning juga memfokuskan ke peningkatan kesejahteraan masyarakat yang mana sesuai dengan konsep *Triple Bottom Line (3P)*.

Konsep 3P menitikberatkan bahwa keberadaan perusahaan haruslah meningkatkan kualitas lingkungan sekitarnya (*Planet*), meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar (*People*), dalam menjalankan aktifitas perusahaan untuk meraih keuntungan (*Profit*). Program CSR yang digagas oleh PT Pertamina RU II Sungai Pakning tidak hanya melakukan konservasi lingkungan, namun juga memberdayakan masyarakat untuk dapat lebih kuat secara kapasitas dan ekonomi. Program ini melibatkan kelompok masyarakat untuk berpartisipasi dalam menggagas rancangan kegiatan program sesuai dengan kebutuhan mereka. Atas dasar kebutuhan masyarakat terkait penyelesaian isu abrasi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat, PT Pertamina RU II Sungai Pakning melaksanakan Program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove Permata Hijau dengan Kelompok Harapan

Bersama sebagai penerima manfaat dan terdapat tiga kelompok kerja (Pokja) dalam kelompok tersebut yaitu Pokja Mangrove, Pokja Budidaya Ikan, serta Pokja Pengolahan.

Beberapa manfaat yang didapatkan PT Pertamina RU II Sungai Pakning melalui program CSR selaras dengan apa yang disampaikan Wibisono (2016) Menurut Wibisono, beberapa manfaat yang didapatkan oleh sebuah perusahaan dari adanya CSR adalah dari segi sosial, ekonomi, hingga dari segi prestasi atau penghargaan. Capaian ini juga dibuktikan dengan adanya hasil wawancara warga dan IKM yang merasa puas berkat adanya Program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove Permata Hijau.

Dari segi sosial, perusahaan mendapatkan kepercayaan dan relasi yang baik dengan masyarakat sebagai perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan masyarakat setempat. Dari segi ekonomi, perusahaan tidak merasakan manfaat nya secara langsung karena pada program CSR pihak perusahaan mengeluarkan dana yang cukup besar. Namun, keuntungan tidak langsung dapat dilihat melalui relasi baik yang dimiliki perusahaan dengan masyarakat sehingga operasional perusahaan berjalan lancar dan dapat menghasilkan produk untuk keperluan bisnis perusahaan. Manfaat berikutnya dari segi prestasi, yaitu Program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove Permata Hijau ini berhasil menerima banyak penghargaan nasional seperti PROPER Emas 2018, UNS SME AWARD, hingga penghargaan ISDA 2018 yang mana program ini telah berkontribusi terhadap SDGs poin 14 mengenai pelestarian ekosistem laut.

Analisis Tahap Planning

1. Awareness Building.

Tahap ini merupakan sebuah tahap awal yang bertujuan untuk membangun kesadaran tentang pentingnya program CSR yang akan dilakukan. Pada tahapan ini, peneliti menganalisis bahwa PT Pertamina RU II Sungai Pakning telah sesuai dengan konsep yang disampaikan. Hal ini dikarenakan, *awareness building* terkait Program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove Permata Hijau dapat menyebar secara luas kedalam internal Departemen CSR sebagai penyelenggara utama. Saat pelaksanaan program juga mengikutsertakan berbagai departemen, bukan hanya dari CSR meskipun belum maksimal. Seperti dalam melakukan penanaman mangrove bersama, *General Manager*, *HSSE*, *Maintenance*, dan departemen

lainnya juga ikut bergabung untuk melakukan penanaman sebagai perwakilan perusahaan.

Menurut analisis peneliti, *awareness buiding* dilakukan dengan sangat baik. Hal ini dikarenakan *awareness buiding* tidak hanya dilakukan di perusahaan, namun juga kepada masyarakat dan *stakeholder* untuk memberikan saran dan kritik terhadap program yang akan dilakukan masyarakat. Oleh karena itu, pihak masyarakat juga merasakan *awareness* terkait pentingnya Program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove Permata Hijau karena telah dilibatkan dari awal perencanaan program.

1. *CSR Assesement.*

CSR assesment ini merupakan tahapan yang dilakukan untuk memetakan kondisi perusahaan saat akan menyelenggarakan CSR. Pemetaan ini berisi tentang hal penting yang harus ada didalam CSR baik konsep maupun kebutuhan dari CSR tersebut. Menurut analisis peneliti, Program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove Permata Hijau sesuai dengan *CSR assesment* berkat adanya rapat, *social mapping*, FGD, dan rapat program karena melalui proses tersebut perusahaan dapat memetakan aspek-aspek penting dalam program CSR tersebut, konsep, hingga detail kegiatan dan anggaran.

2. *CSR Manual Building.*

Tahap ini merupakan tahap inti dari sebuah perencanaan. Hal ini dikarenakan pada tahapan ini pihak penyelenggara CSR akan membuat sebuah acuan yang akan digunakan pada saat pelaksanaan CSR. Program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove Permata Hijau telah memenuhi aspek ini dibuktikan dengan adanya indikator pelaksanaan, Rentra, Renja, ToR, Matriks, dan pembagian *jobdesk* dalam pelaksanaan program CSR ini.

Analisis Tahap Implementasi

1. Sosialisasi

Adanya pelaksanaan FGD dan sosialisasi program menjadi sebuah bukti bahwa proses sosialisasi telah dipenuhi. Menurut analisis peneliti, melakukan pendekatan kepada *opinion leader* untuk melakukan FGD bersama masyarakat merupakan hal yang tepat. Di Provinsi Riau, tepatnya Kecamatan Bukit Batu, Kabupaten

Bengkalis kearifan lokal berasal dari tradisi yang dipertahankan masyarakat sejak pemerintahan Kerajaan Siak. Kerajaan Siak merupakan kerajaan melayu-islam yang menguasai daerah dari riau daratan hingga malaka. Oleh karena itu, masyarakat Desa Pangkalan Jambi memiliki adat istiadat yang dijaga secara turun temurun.

Tradisi yang ditinggalkan oleh penguasa perairan Riau-Malaka yaitu Laksmana Raja Dilaut mengajarkan untuk menerapkan ajaran islam dalam setiap kegiatan yang mana masyarakat Desa Pangkalan Jambi menerapkan tradisi ini terhadap semua kegiatan baru dengan tujuan untuk meminta keselamatan dan dijauhkan dari malapetaka. Dalam melaksanakan sosialisasi, PT Pertamina RU II Sungai Pakning melakukan adaptasi kultural dengan mengikuti kegiatan masyarakat.

Masyarakat Desa Pangkalan Jambi yang berprofesi sebagai nelayan memiliki tradisi untuk melakukan doa bersama saat kapal baru akan berlayar. Tradisi ini terdiri dari doa bersama yang akan dipimpin oleh tokoh agama, kemudian penurunan kapal serta makan bersama. Tradisi masyarakat melayu memiliki kekuatan, dimana keberadaan Lembaga Adat Melayu (LAM) memiliki peran dalam melindungi kelestarian budaya tersebut. Masyarakat pendatang baik dari etnis jawa, batak, maupun tionghoa tetap harus mengikuti tradisi ini.

Begitu juga dengan pihak perusahaan, PT Pertamina RU II Sungai Pakning yang mayoritas personel nya merupakan pendatang tetap harus mengikuti tradisi ini, dan jika tidak mengikuti akan segera dipanggil oleh Lembaga Adat Melayu untuk mendapatkan teguran. Hal baiknya, pihak CDO menggunakan kearifan lokal ini sebagai salah satu media untuk bisa masuk dan berkomunikasi dengan kelompok masyarakat.

Melalui kegiatan ini, pihak CDO dapat membangun relasi dengan masyarakat dan mengkomunikasikan pesan CSR. Masyarakat melayu memiliki karakteristik gotong royong dan seorang *opinion leader* seperti tokoh masyarakat dan tokoh agama memiliki kekuatan secara sosial untuk menggerakkan masyarakat. Pihak CDO mengkomunikasikan pesan CSR kepada *opinion leader*, yaitu Ketua Kelompok Nelayan yang akhirnya mengajak masyarakat lain untuk berpartisipasi dalam program ini. Dalam proses ini, terdapat komunikasi dua arah antara pihak

CDO dan penerima manfaat program. Cara sosialisasi CDO kepada masyarakat juga termasuk dalam *outsourcing* dikarenakan pihak yang mengkomunikasikan ke masyarakat desa adalah *opinion leader*.

Penerimaan program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove Permata Hijau juga dipengaruhi aspek kearifan lokal yang mana laut merupakan tempat yang sakral bagi masyarakat nelayan melayu dan harus dijaga. Pesan ini juga memberikan pengaruh terhadap kesuksesan sosialisasi dan penerimaan masyarakat lokal terhadap pelaksanaan program CSR dikarenakan fokus pelaksanaan program ini sesuai dengan kepercayaan masyarakat untuk menjaga ekosistem laut. Serta nilai gotong royong yang dianut masyarakat melayu sehingga program ini dilakukan secara gotong royong bersama masyarakat.

Pelaksanaan sosialisasi kepada masyarakat berjalan dengan baik dikarenakan CSR dilakukan sesuai kebutuhan masyarakat. Namun, pemerintah Desa Pangkalan Jambi pada tahun 2017-2018 tidak sepenuhnya mendukung kegiatan ini ataupun berpartisipasi dalam pelaksanaan program CSR. Program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove ini dapat terlaksana dikarenakan pihak CSR PT Pertamina RU II Sungai Pakning berkomunikasi kembali bersama masyarakat dengan pemerintah desa, serta adanya dukungan dari Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bengkalis.

2. Implementasi

Tahap implementasi yang dilakukan pihak tim CDO juga telah sesuai dengan teori yang telah disampaikan. Pada pelaksanaannya, CDO sudah sesuai dengan pedoman atau acuan yang mereka buat pada saat rapat panitia. Pembuatan pedoman ini tentunya merupakan langkah yang tepat karena dapat menjadi petunjuk saat pelaksanaan Program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove Permata Hijau. Sebelum implementasi, program ini membentuk kelompok binaan CSR yaitu Kelompok Harapan Bersama. Kelompok Nelayan Harapan Bersama telah terbentuk pada tahun 2004, namun pada saat itu kelompok hanya merupakan sebuah paguyuban nelayan dan belum memiliki pengetahuan mengenai pelestarian ekosistem laut. Kelompok Nelayan Harapan Bersama akhirnya menjadi kelompok binaan CSR PT Pertamina RU II Sungai Pakning pada tahun 2017 dengan

terbentuknya 3 unit kelompok kerja beranggotakan 41 orang masyarakat desa Pangkalan Jambi.

Dalam pelaksanaannya pun dipengaruhi dengan kearifan lokal masyarakat dan kepercayaan masyarakat setempat mengenai pentingnya ekosistem laut. Doa bersama dilakukan masyarakat bersama pihak perusahaan sebelum melaksanakan program CSR, dipimpin oleh tokoh agama setempat dan kemudian diikuti dengan acara makan bersama dengan harapan program ini akan berjalan lancar dan berdampak baik bagi masyarakat setempat.

Program kegiatan yang dilaksanakan dalam Program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove Permata Hijau ini berupa konservasi dan revitalisasi kawasan mangrove, budidaya ikan nila air payau, serta pengolahan produk yang sesuai dengan kepentingan masyarakat nelayan melayu untuk menjaga ekosistem laut. Implementasi program dilakukan melalui pelatihan, pendampingan, pembangunan infrastruktur serta bantuan keperluan program.

3. Internalisasi

Kemudian, pada langkah yang ketiga atau internalisasi peneliti menilai tim CDO belum melakukan melakukan sebuah langkah maksimal terkait internalisasi ke seluruh bagian di PT Pertamina RU II Sungai Pakning. Internalisasi sendiri merupakan kegiatan jangka panjang untuk mengenalkan tentang pentingnya CSR didalam perusahaan. Internalisasi juga bertujuan agar CSR tersebut dapat berlanjut. Pada pelaksanaan kegiatan CSR, beberapa departemen lain akan ikut serta dalam program sebagai pihak perwakilan perusahaan, namun hal ini belum dapat menguatkan internalisasi perusahaan dalam memahami pentingnya program CSR. Departemen lain datang untuk melakukan penanaman ataupun ketika ada kunjungan, tetapi tidak secara rutin berpartisipasi dalam program CSR ataupun tradisi masyarakat setempat.

4. Analisis Tahap Evaluasi

Setelah Program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove Permata Hijau berakhir, maka tahap selanjutnya yang dilakukan oleh PT Pertamina RU II Sungai Pakning adalah tahap evaluasi. Menurut Wibisono (2016) evaluasi bertujuan untuk mengetahui tentang sejauh

mana sebuah program sudah berjalan. Dalam pelaksanaannya, tahap evaluasi tentunya harus dilakukan secara bertahap agar keefektifan program dapat terukur.

Dalam tahapan evaluasi yang dilakukan oleh PT Pertamina RU II Sungai Pakning, peneliti menilai bahwa evaluasi tersebut sangat baik karena telah dilakukan oleh tim CDO menggunakan 11 aspek Indeks Kepuasan Masyarakat yaitu Sosialisasi Program, Perencanaan Program, Proses Pelaksanaan Program, Kesesuaian Biaya Program, Jadwal Pelaksanaan Program, Sarana dan Prasarana Program, Fasilitator Program, Pemanfaatan Program, Dampak Ekonomi Program, Dampak Sosial Program, dan Dampak Lingkungan Program. Namun, evaluasi terkait keanekaragaman hayati tidak dilakukan oleh pihak CDO dikarenakan tidak adanya SDM yang handal sehingga PT Pertamina RU II Sungai Pakning bekerja sama dengan Institut Pertanian Bogor (IPB) untuk melakukan evaluasi keanekaragaman hayati. Melalui IKM tersebut, dapat dilihat capaian program dari banyak aspek dan menjadi pembelajaran yang baik untuk pelaksanaan program CSR berikutnya.

Pengukuran IKM dilakukan menggunakan kuesioner dan wawancara kepada masyarakat penerima manfaat. Hal yang menjadi nilai tambah bagi evaluasi Program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove Permata Hijau adalah masyarakat tetap terlibat dalam proses evaluasi yang mana pihak CDO melakukan IKM serta wawancara dengan mengajak masyarakat penerima manfaat sebagai informannya. Hal ini akan memberikan pandangan baru bagi perusahaan dan dapat menjadi evaluasi yang baik untuk pengembangan konsep dan pelaksanaan program CSR.

Dari hasil IKM dan diagram Kepuasan serta Kepentingan masyarakat, dapat disimpulkan bahwa masyarakat merasa puas dengan adanya CSR Program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove Permata Hijau ini dengan nilai rata-rata kepuasan masyarakat 85.2 % pada tahun 2018 dan 81.1% pada tahun 2019, dan pada diagram dapat dilihat bahwa hasil IKM menunjukkan bahwa masyarakat berharap agar perusahaan dapat mempertahankan kinerja dalam menyelenggarakan program CSR.

Indikator pelaksanaan program juga digunakan dalam monitoring dan evaluasi program. Dalam segi pelaksanaan program, capaian program sebesar 85% dikarenakan ada beberapa kegiatan yang belum terlaksana secara maksimal seperti pembuatan draft perdes serta masterplan ekowisata. Dalam segi timeline mencapai 88% dikarenakan ada beberapa kegiatan yang pelaksanaannya tidak sesuai dengan waktu yang ditentukan.

5. Pelaporan

PT Pertamina RU II Sungai Pakning melakukan tahap penyusunan pelaporan setelah program terlaksana. Menurut Wibisono, tahap pelaporan dirasa penting karena sebagai bentuk pertanggungjawaban dari program CSR yang telah dilaksanakan. PT Pertamina RU II Sungai Pakning telah melakukan penyusunan pelaporan berdasarkan hasil dari Program CSR Konservasi dan Revitalisasi Mangrove Permata Hijau. Hal ini dapat dilihat dari adanya Laporan Monitoring dan Evaluasi CSR, Laporan Implementasi, dan Dokumen Ringkasan Kinerja Pengelolaan Lingkungan (DRKPL). PT Pertamina RU II Sungai Pakning melakukan pelaporan dengan baik yang juga digunakan untuk memenuhi persyaratan PROPER. Penghargaan PROPER Emas yang diterima menunjukkan bahwa dokumen CSR yang dilaporkan telah sesuai dengan persyaratan yang ada.

D. Kesimpulan

Program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove Permata Hijau PT Pertamina RU II Sungai Pakning merupakan program CSR pelestarian lingkungan yang berbasis pada *community development*. Program berfokus pada usaha pelestarian lingkungan, serta peningkatan kapasitas masyarakat dalam mengelola lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Tahapan implementasi Program Konservasi dan Revitalisasi Mangrove Permata Hijau terbagi dalam beberapa langkah yaitu *planning*, implementasi, evaluasi, serta pelaporan yang dilaksanakan melalui adaptasi kultural kearifan lokal adat melayu yakni Tradisi Penurunan Kapal serta kepercayaan masyarakat mengenai pentingnya ekosistem laut.

E. Daftar Pustaka

Budimanta, Arif dkk. 2004. *Corporate Social Responsibility* Jawaban dari Pembangunan Indonesia Masa Kini, *Indonesian Center for Sustainable Development (ICSD)*, Jakarta.

Dickinson, S. D.M. Beverland dan A. Lindgreen. 2010. *Building Corporate Reputation with Stakeholders. European Journal of Marketing*, Vol. 44, No. 11/12, 1856 – 1874.

Elkington, J. 1997. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing, Oxford.

Gunawan, Imam. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.

Hadi, Nor. (2014). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Hairiah, K., dan Rahayu, S., 2007. *Petunjuk Praktis Pengukuran Karbon Tersimpan di Bagian Macam Penggunaan Lahan*. World Agroforestry Centre ICRAF Southeast Asia. Bogor.

Hasan Saipullah dan Andriany Devi, 2015. Pengantar CSR (Corporate Social Responsibility), JOB Pertamina- Talisman Jambi Merang dan Pustaka Pelajar.

<https://majalahcsr.id/pertamina-ru-ii-raih-proper-emas-dan-hijau-dari-klhk/>

<https://www.pertamina.com>

Iriantara, Yosol, 2010. *Community Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Istiwati, F.N. 2016. Pendidikan Karakter Berbasis Nilai-Nilai Kearifan Lokal Adat Ammatoa dalam Menumbuhkan Karakter Konservasi. *Cendikia*, 10(1): 1-18.

Kang, Eun Yeon dan Lucy Atkinson. 2019. *Effects of message objectivity and focus on green CSR communication: The strategy development for a hotel's green CSR message*. *Journal of Marketing Communication*

Kotler, Philip dan Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility; Doing the Most Good you're your Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teori Public Relations Perspektif Barat Dan Lokal: Aplikasi Penelitian Dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.

Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Ksiezak, Paulina dan Barbara Fishbach. 2017. *Triple Bottom Line: The Pillars of CSR*. *Journal of Corporate Responsibility and Leadership*.

Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung.

Minichiello et, al. 1995. *In-Depth Interviewing: Principles, Techniques, Analysis*. Australia: Pearson Education.

Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif* Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru. Jakarta: UIP.

Nurjannah, N., Suwatno, S., & Damayanti, W. 2017. *Komunikasi Corporate Social Responsibility pada Official Website Perusahaan Badan Usaha Milik Negara*. *Jurnal ASPIKOM*, 3(2), 311-325.

Prutina, Zana. 2016. *The Effect of Corporate Social Responsibility On Organizational Commitment*. *Management*, Vol. 21, 2016, Special Issue, pp. 227-248

Rudito, Bambang dan Melia Famiola. 2013. *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Rekayasa Sains.

Rosilawati, Yeni dan Krisna Mulawarman. 2019. *Kearifan Lokal Tri Hita Karana dalam Program Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Aspiikom*, Volume 3 Nomor 6, Januari 2019, 1215-1227

Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi*. PT Gramedia, Jakarta.

Yin, R. K. 2009. *Case Study Research: Design and Method (4rd ed.)*. California: Sage Publications, Inc.