

## BAB III

### DESKRIPSI DATA DAN ANALISIS DATA

#### A. DESKRIPSI DATA

##### 1. Sejarah dan Latar belakang terbentuknya Program *Community Development* PT. Petrokimia Gresik

Kegiatan *Community Development* sebenarnya telah dilaksanakan oleh PT. Petrokimia Gresik sejak masa pembangunan yaitu pada 1970-an. Namun pelaksanaannya ada yang tidak dilakukan langsung oleh PT. Petrokimia Gresik, akan tetapi disalurkan melalui instansi Pemerintah Daerah. Hal ini mengakibatkan peran PT. Petrokimia Gresik dalam kegiatan *Community Development* tidak terlihat langsung oleh masyarakat.

Dahulu program *Community Development* merupakan bagian dari penyelesaian masalah dengan menggunakan pendekatan kekuasaan. Dan apabila terjadi suatu masalah dengan masyarakat sekitar yang menyangkut akan keberadaan perusahaan, maka perusahaan akan menggunakan pendekatan tersebut dengan memanggil aparat keamanan seperti sekuriti perusahaan dalam penyelesaian masalah yang ada. Namun setelah reformasi segala sesuatu telah berubah dan tidak bisa menggunakan pendekatan keamanan dan kekuasaan, akan tetapi melalui pendekatan persuasif, edukatif, dan Kemitraan. Dan pada tahun 1984 diresmikanlah program

*Responsibility*. Yang mana diungkapkan oleh Bapak Agus Nuranto, Biro KBL (Kemitraan dan Bina Lingkungan):

“Pada prinsipnya Program *Community Development* yang dilakukan oleh PT. Petrokimia Gresik adalah sebagai bentuk nyata dari salah satu misi perusahaan yaitu ‘...berperan aktif pada *community development*...’ selain itu juga melaksanakan program pemerintah dan merasa berkewajiban, menstarafkan, menyeimbangkan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat sehingga dapat ikut meningkatkan kesejahteraan dan tahap ekonomi mereka” (Wawancara dengan Bapak Agus Nuranto, Biro Humas PT. Petrokimia Gresik Tanggal 18 Januari 2010)

Sebagai perusahaan yang sering mengeluarkan dampak yang tidak sedikit pada lingkungannya, Petrokimia Gresik sejak awal berdiri menyadari sepenuhnya tanggung jawab sosial terhadap masyarakat. Mereka menyadari bahwa masyarakat sekitar berperan besar dalam menunjang keberhasilan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan pun melakukan berbagai program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat melalui perbaikan kualitas lingkungan, sosial, dan ekonomi dengan memanfaatkan potensi dan partisipasi aktif masyarakat sehingga masyarakat dapat meningkatkan kesejahteraannya secara mandiri.

Kegiatan Humas dalam menjalankan programnya untuk publik eksternal ini diwujudkan dalam sejumlah program *community development*. Program *Community Development* pada awalnya (tahun 1984) dibentuk oleh perusahaan atas dasar rasa tanggung jawab social sebagai salah satu industri yang berada ditengah masyarakat, untuk itu PT. Petrokimia Gresik melalui bagian Direktorat Litbang membentuk tim khusus yang mengelola program *community development* dengan nama Komite Bina

Lingkungan yang orang-orangnya diambil dari unit-unit kerja yang ada di PT

Petrokimia Gresik. Kemudian pada tahun 1995 Komite Bina Lingkungan tersebut dikelola oleh Lahakom Produksi, wakil Kadep Umum serta Anggota terkait. Pada tahun 2003, pemerintah mengeluarkan anjuran agar seluruh BUMN memiliki program Kemitraan dan Bina Lingkungan. Atas dasar Kepmen No. KEP-236/MBU/2003 tanggal 17 Juni 2003, maka PT. Petrokimia Gresik mengubah Komite Bina Lingkungan menjadi Biro PUKK (Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi) yang pada pertengahan tahun 2005, berganti nama menjadi Biro KBL (Kemitraan dan Bina Lingkungan) yang tugasnya antara lain memberikan bantuan langsung ke masyarakat. Setelah itu, masih di tahun yang sama, Petrokimia Gresik membentuk Biro Humas (Hubungan dan Masyarakat) berada di bawah sekretaris perusahaan. Pengelolaan Biro Kemitraan dan Bina Lingkungan ini berlangsung hingga sekarang

Program pengembangan masyarakat atau yang dikenal *Community Development* yang dilakukan oleh PT. Petrokimia Gresik terbagi menjadi dua yaitu program kemitraan dan Bina Lingkungan. Program Kemitraan yang mencakup pemberian pinjaman modal kerja dan program Bina lingkungan yang dapat dikelompokkan ke dalam 6 kegiatan pokok, yaitu (1) bantuan bencana alam, (2) bantuan pendidikan dan latihan, (3) bantuan peningkatan kesehatan, (4) bantuan pengembangan prasarana dan sarana umum. (5) bantuan sarana ibadah, (6) pelestarian lingkungan.

Program Kemitraan dan Bina lingkungan sudah ada sejak tahun 1984, pada

program Kemitraan untuk wilayah lingkungannya meliputi pulau Jawa, Madura, Nusa

Dari tabel diatas, prioritas bantuan diutamakan pada Ring I, yaitu yang lokasinya paling dekat dengan pabrik dan terkena dampak operasi pabrik secara langsung. Namun tidak semua desa pada Ring I saja mendapatkan bantuan, tetapi juga pada Ring II, Ring III, dan Ring IV sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau proposal dari masyarakat yang ingin meminta bantuan.

Program *Community development* diawali dengan sejumlah usulan masyarakat dalam bentuk proposal kepada perusahaan untuk ikut serta membangun lingkungan sekitar. Namun, ada pula program-program yang berasal dari inisiatif perusahaan untuk ikut serta memberdayakan masyarakat sekitar perusahaan seperti: kegiatan-kegiatan sosial, berbagai pelatihan yang ditujukan bagi remaja sekitar, pemberian dana bergulir untuk membuka kesempatan berusaha bagi masyarakat, program pendidikan, membantu sarana dan prasarana umum, peningkatan kesehatan serta sarana ibadah. Hal ini dikarenakan melihat dari situasi dan kondisi masyarakat sebelum adanya program *community development*. Situasi dan kondisi tersebut dapat dilihat dari faktor ekonomi masyarakat seperti masyarakat yang kurang mampu, banyaknya pengangguran, kekurangan modal bagi usaha kecil dan faktor tingkat pendidikan masyarakat yang masih rendah seperti masih ada remaja yang putus sekolah karena tergolong masyarakat kurang mampu, dan tingkat pendidikan yang paling tinggi hanya lulusan SMU. Kurangnya fasilitas kesehatan seperti Rumah sakit yang jauh dari pemukiman penduduk, alat kesehatan yang tidak lengkap, serta sarana dan prasarana seperti jalanan yang belum diaspal, sarana ibadah yang kurang memadai seperti bangunan mesjid yang sudah tua dan lain

sebagainya. Sehingga dari latar belakang tersebut PT Petrokimia Gresik berupaya memperbaiki maupun meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya serta meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat sekitar dengan program *community development* sebagai bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan.

Program pendidikan merupakan salah satu program *community development* yang diadakan oleh perusahaan karena melihat situasi dan kondisi pendidikan di wilayah sekitar perusahaan. Petrokimia lebih mengedepankan pendidikan sebagai prioritas utamanya. Keinginan meningkatkan taraf pendidikan masyarakat ini diwujudkan kedalam peningkatan sarana dan prasarana pendidikan serta pemberian sejumlah bantuan biaya pendidikan bagi masyarakat yang kurang mampu. Begitu juga dengan kurangnya fasilitas kesehatan dan infrastruktur yang kurang memadai menjadikan visi dan misi bagi PT. Petrokimia Gresik dalam melaksanakan *Community Development*. Hal ini dimaksudkan agar program *Community development* dapat betul-betul tepat guna dan dirasakan manfaatnya bagi masyarakat banyak. (Data Wawancara kepada Bapak Syaiful, Biro Humas tanggal 15 Januari 2010)

## **2. Humas dalam Program *Community Development***

Program *Community Development* merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari program eksternal Humas PT. Petrokimia Gresik yakni *Community Relations* sebagai salah satu perwujudan CSR. Yang mana Humas berperan dalam aktivitas program *Community Development* mulai dari perencanaan sampai dengan evaluasi

Berdasarkan kemampuan dan keahlian dibidang kehumasan, Humas PT. Petrokimia Gresik mampu membimbing sebuah program yang telah direncanakan, yang mana program-program tersebut berkaitan dengan hubungan antara sebuah organisasi dengan publiknya. Peran Humas dalam hal ini adalah merencanakan program, pengorganisasian, mengkomunikasikan program, mengawasi program dan mengevaluasi program serta menganalisis opini, sikap dan perilaku masyarakat.. Humas menganalisis opini, sikap dan perilaku masyarakat dengan melihat tanggapan dan respon masyarakat apakah program yang diberikan diterima positif dan dapat menjadi manfaat bagi masyarakat atau diterima negatif oleh masyarakat.

Dalam pelaksanaan program *Community Development* Humas sebagai koordinator bekerja sama dengan Biro KBL (Kemitraan dan Bina Lingkungan) yang berperan sebagai bagian yang menyampaikan proposal permohonan yang berasal dari publik ke Biro KBL serta sebagai pemberi masukan kepada pihak Biro KBL sebelum memutuskan sebuah kebijakan, misal: memberikan pertimbangan akan keuntungan serta kerugian yang didapat perusahaan apabila proposal yang diajukan oleh masyarakat tersebut dikabulkan, memberikan solusi apabila ada permasalahan yang berkaitan dengan pengajuan proposal dari masyarakat tersebut, dan lain-lain. Untuk itu Humas bersama dengan Biro KBL terlebih dahulu melakukan peninjauan terhadap isi proposal tersebut, dan Biro KBL selanjutnya mengeluarkan dana untuk pelaksanaan program *Community Development*. Humas juga menjadi mediator bagi manajemen maupun Biro KBL untuk mendengar apa yang diharapkan masyarakat

dari program *Community Development* serta memfasilitasinya melalui dialog dan

diskusi dengan mitra binaan, tokoh masyarakat, tokoh agama, pemerintah daerah dan menerima langsung perwakilan dari masyarakat untuk berdiskusi dikantor Humas, sebaliknya Humas juga berperan untuk menyampaikan program *Community Development* kepada masyarakat, serta menjelaskan kembali keinginan, kebijakan atau harapan organisasi kepada publiknya. Untuk mengetahui keinginan masyarakat dari perusahaan terutama dari program *Community Development*, Humas juga terjun langsung ke masyarakat menganalisis masyarakat yang membutuhkan bantuan dengan menyebarkan kuesioner, wawancara kepada RT dan masyarakat setempat, serta mengunjungi langsung tempat-tempat yang akan menjadi sasaran program *Community Development*.

Selain itu Humas juga berperan untuk menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi pada saat pelaksanaan program *community development*. Dengan kemampuannya dibidang Kehumasan, Humas PT. Petrokimia sebagai penasehat hingga mengambil tindakan keputusan dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi pada saat pelaksanaan program *community development* maupun setelah program tersebut dijalankan. Pada kondisi krisis Humas bertugas sebagai penasehat manajemen, diberi wewenang untuk mengatasi krisis dan bertanggung jawab terhadap program yang dijalankan sesuai dengan keahlian dibidangnya. Termasuk dalam mengatasi sorotan pers yang bernada negatif dari masyarakat dan "liputan" dari pihak pers atau wartawan yang menampilkan atau menyoroti berita-berita yang sensasional dari perusahaan bersangkutan, yang tidak lagi menampilkan "fakta" dan data yang aktual serta objektif tetapi menampilkan "pendapat" secara

subjektif. Untuk mengatasi dan menghindari adanya pemberitaan yang negatif dari wartawan, Humas menjalin hubungan baik dengan wartawan surat kabar, televisi dan radio. Tetapi pada praktek dilapangan, dalam pelaksanaan program *Community Development* Humas jarang menemui hambatan yang berasal dari masyarakat dan kelalalaian Humas.

”Dalam pelaksanaan program *Community Development* humas sangat berperan selain mengkomunikasikan program *community development* humas juga ikut dalam merencanakan program, pengorganisasian, mengawasi program, mengevaluasi program, serta menganalisis opini dan sikap masyarakat. Humas juga akan mengkondisikan kedua belah pihak antara masyarakat dan mitra binaan dengan Biro KBL (Kemitraan dan Bina Lingkungan), berjalan sesuai dengan rencana. Selama Humas melaksanakan program *Community Development* jarang menemui Hambatan, itu karena progam *Community Development* yang akan dijalankan selau direncanakan dengan matang dan dipersiapkan dengan sungguh-sungguh, sehingga dalam pelaksanaannya masyarakat sangat mendukung program *Community Development* dan mengharapkan program *Community Development* akan terus dilaksanakan secara berkelanjutan dan tidak terputus hanya dengan satu program saja” ( Hasil Wawancara dengan Bapak Agus Nuranto, Biro KBL, Tanggal 15 Januari 2010)

Hubungan yang harmonis dengan wartawan merupakan suatu kewajiban yang harus dijalankan oleh Humas, oleh karena itu, hubungan ini diwujudkan ke dalam suatu bentuk kerja sama yang menguntungkan. Wartawan yang termasuk dalam kerjasama tidak hanya berasal dari media cetak, namun juga media elektronik. Ini memudahkan kerja Humas dalam hal menjalankan program-program perusahaan yang berkaitan dengan citra perusahaan. Kerja sama ini bertimbal balik, yaitu bagi Humas diharapkan munculnya dukungan bagi perusahaan, dan bagi wartawan,

didapatkan berita yang aktual, terdengar, terpercaya, dan lengkap. Berikut data tentang

media massa dan media elektronik yang selama ini bekerja sama dengan PT.

Petrokimia Gresik:

**Tabel 3.2 : Media Massa dan Media Elektronik yang menjalin kerjasama dengan PT. Petrokimia Gresik**

NO	Media Massa	Media Elektronik
1	Radar Gresik	Radio Suara Mitra
2	Jawa Pos	RRI
3	Kompas	RCTI
4	Republika	
5	Surabaya Post	
6	Memorandum	
7	Media Indonesia	
8	Kedaulatan Rakyat	
9	Tempo	
10	Bisnis Indonesia	
11	Suara Karya	

Sumber: Data sekunder PT. Petrokimia Gresik

Alasan penggunaan media cetak dan elektronik sebagai media publikasi oleh

Humas menurut Bapak Syaiful

” Media cetak dan elektronik sebagai media publikasi dipengaruhi oleh fakta bahwa saat ini kebutuhan masyarakat akan hiburan yang diperoleh dari media tersebut sudah amat tinggi bahkan bisa dikatakan begitu kuat membudaya dalam masyarakat kita” (Hasil Wawancara dengan Bapak Syaiful, Biro Humas Tanggal 26 Januari 2010)

Membaca koran dan Majalah terutama untuk penduduk kota, sudah menjadi suatu kebiasaan. Barangkali tidak salah kalau dinyatakan bahwa membaca koran dan

pokok manusia Indonesia. Kenyataan ini dipandang dari kepentingan Humas, merupakan suatu hal yang penting sekali. Dengan dibaca publik secara luas, pesan-pesan kehumasan akan secara tidak disadari masuk ke dalam benak para pembaca, dan membentuk opini dari para pembaca tentang PT. Petrokimia Gresik. Humas PT. Petrokimia Gresik tidak hanya menggunakan media cetak dan elektronik saja sebagai media publikasi tetapi juga *press release*. *Press Release* ini berisi informasi-informasi mengenai kegiatan atau program yang dilaksanakan oleh perusahaan yang dibuat oleh humas yang salah satunya adalah program *Community Development*, dan ditujukan kepada media-media yang sebelumnya telah ditentukan oleh Humas

### **3. Visi dan Misi Serta Tujuan dari *Community Development* PT. Petrokimia Gresik**

- a. Visi yang hendak dicapai dari pelaksanaan program ini adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan.
- b. Misi yang dicanangkan dari program ini adalah mencerdaskan masyarakat melalui peningkatan ekonomi masyarakat, memperbaiki tingkat pendidikan masyarakat, memperbaiki kesehatan masyarakat, membantu penyediaan dan pembangunan sarana dan prasarana umum dan ibadah.
- c. Tujuan
  - 1) Menumbuhkan citra baik perusahaan dikalangan masyarakat

- 3) Sebagai wujud partisipasi perusahaan dalam membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat.
- 4) Untuk memberikan manfaat kepada masyarakat
- 5) mendorong kegiatan dan pertumbuhan ekonomi kerakyatan serta pemerataan pembangunan melalui perluasan lapangan kerja sekaligus juga kesempatan berusaha.

#### **4. Program *Community Development* PT. Petrokimia Gresik sebagai bentuk CSR**

Pada dasarnya Petrokimia Gresik melaksanakan program CSR secara konsekuen dan berkelanjutan. CSR adalah komitmen dari bisnis atau perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarga, komunitas lokal dan masyarakat luas.

Salah satunya program CSR PT. Petrokimia Gresik ini di wujudkan ke dalam program *Community Development* yang meliputi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. Seperti yang telah dijelaskan, untuk program kemitraan lebih kepada pemberian pinjaman modal kerja sedangkan program bina lingkungan mencakup pemberian bantuan pendidikan dan pelatihan, pemberian bantuan kesehatan, pemberian bantuan sarana dan prasarana umum, pemberian bantuan sarana ibadah, bantuan bencana alam, serta melestarikan lingkungan sekitar. Program Kemitraan dipih sebagai salah satu bentuk program *Communitny Development* karena Program

ini memiliki tujuan untuk dapat meningkatkan lapangan pekerjaan dan kesempatan

berusaha bagi masyarakat sekitar perusahaan, sedangkan program Bina lingkungan dipilih sebagai salah satu bentuk program *community development* yang diliputi oleh beberapa sektor tersebut karena perusahaan ingin mendukung dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan agar program-program yang diberikan kepada masyarakat dan bermanfaat bagi masyarakat itu sendiri.

”Kita tawarkan apa yang diperlukan masyarakat sehingga mereka mampu meningkatkan kesejahteraan. Kita tawarkan pelatihan-pelatihan, beberapa diantaranya pelatihan bengkel sepeda motor, kemudian pelatihan jurnalistik, pelatihan las, dan lain sebagainya. Ini semua dimasukkan untuk memberikan manfaat untuk masyarakat. Kalo masyarakat hanya kita beri bantuan secara fisik, kita sumbang dengan bentuk cash, dari visi edukasi kurang, jadi kita mencoba untuk memberdayakan masyarakat dengan cara membekali mereka dengan keahlian, sehingga mereka bisa meningkatkan kesejahteraan yang nantinya kita harapkan bisa membuka peluang kerja. Selain itu juga ada program Kemitraan, kita memberikan pinjaman modal usaha kepada mitra binaan. Hal ini dimaksudkan untuk membantu mitra binaan dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan kesempatan berusaha.”(Hasil wawancara dengan Bapak Syaiful, divisi Humas tanggal 15 Januari 2010)

Program kegiatan *Community Development* PT. Petrokimia Gresik, saat ini dirancang dan disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat. Program *Community development* PT. Petrokimia Gresik adalah:

#### **a. Program Kemitraan**

Program Kemitraan adalah program untuk meningkatkan usaha kecil dalam bentuk pinjaman baik untuk modal usaha maupun pembelian perangkat penunjang produksi agar usaha kecil menjadi tangguh dan mandiri.

Program kemitraan merupakan Tanggung Jawab sosial PT. Petrokimia

berupa program masyarakat. Program ini berupa memberikan kredit atau

pinjaman kepada warga/ masyarakat yang membutuhkan dan untuk kepentingan usahanya.

Dari data sekunder atau dokumentasi Petrokimia Gresik, bentuk Program Kemitraan meliputi:

1) Pemberian pinjaman, dalam bentuk:

- (a) Pinjaman untuk modal kerja dan atau pembelian barang-barang modal (aktiva tetap produktif) seperti mesin dan alat produksi, alat bantu produksi dan lain sebagainya yang dapat meningkatkan produksi dan penjualan produk mitra binaan.
- (b) Pinjaman khusus, yaitu pemberian pinjaman yang dapat diberikan oleh PT. Petrokimia pembina yang bersifat jangka pendek dengan waktu maksimal 1 tahun serta dengan nilai pinjaman yang cukup material bagi pembina.

2) Hibah, dalam bentuk:

- (a) Bantuan pendidikan dan pelatihan serta pemagangan untuk mitra binaan dalam bentuk: meningkatkan keterampilan manajerial dan teknik produksi/ pengolahan; meningkatkan pengendalian mutu produksi; meningkatkan pemenuhan standarisasi teknologi; meningkatkan rancang bangun dan perekayasaan.
- (b) Pemasaran produk mitra binaan: membantu penjualan produk mitra binaan, membantu mempromosikan produk mitra binaan melalui kegiatan pameran maupun penyediaan ruang pameran

## **b. Program Bina lingkungan**

Dari Data sekunder PT. Petrokimia Gresik Program Bina Lingkungan adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat diwilayah Petrokimia Gresik melalui pemanfaatan dana dari bagian laba Petrokimia Gresik. Obyek bantuan yang dapat diberikan bantuan dana Program Bina Lingkungan adalah : korban bencana alam, pendidikan dan atau pelatihan, peningkatan kesehatan masyarakat, pengembangan prasarana dan sarana umum , bantuan sarana ibadah serta pelestarian lingkungan.

Bantuan kepada korban bencana alam: penyediaan bahan-bahan kebutuhan pokok, air bersih, bantuan obat obatan dan atau tenaga medis, bantuan perahu karet, tenda pengungsi/ tempat penampungan sementara, penyediaan dana untuk sewa angkutan/ transportasi pengungsi, sewa alat-alat berat.

Bantuan Pendidikan dan atau pelatihan: pengadaan peralatan sekolah, baik untuk sekolah umum maupun pesantren dan madrasah, bantuan biaya pendidikan/beasiswa baik untuk anak-anak disekitar perusahaan maupun anak yatim, pelatihan dan atau pemagangan, penyuluhan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat.

Bantuan Peningkatan Kesehatan: renovasi balai pengobatan masyarakat, bantuan untuk kegiatan yang bersifat kesehatan masyarakat, bantuan sembako, khitanan massal. Bantuan Pengembangan Prasarana dan Sarana Umum: Rehabilitasi sarana pendidikan, pembangunan dan

rehabilitasi prasarana dan sarana umum, pembangunan dan atau rehabilitasi panti asuhan. Sedangkan pada bantuan Sarana Ibadah: bantuan pembangunan atau rehabilitasi rumah ibadah, pengadaan perlengkapan ibadah, bantuan dana untuk menunjang pelaksanaan kegiatan-kegiatan keagamaan. Bantuan Pelestarian Lingkungan dalam bentuk penghijauan.

**Tabel 3.3. Bentuk-bentuk Program/ Bantuan Program PT. Petrokimia Gresik Tahun 2009**

BIDANG	BANTUAN/ PROGRAM	SIFAT
BENCANA ALAM	- Bantuan korban bencana Gempa Sumbar	Karitas
	- Bantuan korban banjir Gresik	Karitas
PENDIDIKAN DAN ATAU PELATIHAN	- Beasiswa SD/ SMP/SMA	Filantropik
	- Bantuan anak asuh	Filantropik
	- Bantuan sarana pendidikan atau sekolah	Filantropik
	- <i>Bantuan perpustakaan sekolah</i>	<i>Filantropik</i>
	- Pelatihan keterampilan karang taruna	Filantropik
	- Sponsorship kegiatan sekolah/ perguruan tinggi	Filantropik
	- Pengembangan seni budaya local (silat tradisional, wayang, band,dll)	Filantropik
	- Sponsorship kegiatan seni budaya lokal	Filantropik



SARANA IBADAH	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perbaikan atau pembangunan tempat ibadah (masjid,mushola)</li> <li>- Bantuan peringatan hari besar keagamaan</li> <li>- Bantuan hewan kurban</li> <li>- Silaturahmi alim ulama dan tokoh masyarakat</li> <li>- Kegiatan pengajian umum</li> <li>- Sponsorship kegiatan keagamaan</li> <li>- Bantuan duka utuk keluarga tokoh masyarakat yang meninggal dunia atau terkena musibah (sakit)</li> <li>- Bantuan ongkos naik haji (ONH) bagi tokoh masyarakat</li> <li>- Sarana ibadah abang becak</li> </ul>	<p>Filantropik</p> <p>Karitas</p> <p>Karitas</p> <p>Karitas</p> <p>Karitas</p> <p>Karitas</p> <p>Karitas</p> <p>Karitas</p> <p>Filantropik</p> <p>Karitas</p>
PELESTARIAN LINGKUNGAN	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bantuan tanaman penghijauan (100.000 bantuan bibit pohon)</li> </ul>	<p>Filantropik</p>

Sumber: Data PKBL tahun 2009

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa program-program sosial yang diselenggarakan oleh Petrokimia "relatif: lebih banyak mengandung dimensi Filantropik, yang bertujuan untuk penciptaan investasi sosial, menciptakan kemandirian masyarakat dan bermanfaat dalam jangka panjang. Program sosial yang

1. 2011. Program kegiatan untuk pemenuhan kebutuhan dasar

**c. Pelaksanaan Program *Community Development* ( Program Kemitraan dan Bina Lingkungan)**

PT Petrokimia Gresik sebagai bagian dari masyarakat memiliki komitmen yang tinggi untuk mendukung dan melaksanakan program CSR. Salah satu misi yang diemban PT. Petrokimia Gresik adalah ”berperan aktif dalam *community development*”. Dengan demikian dalam pelaksanaan program *Community Development* yang merupakan program Kemitraan dan Bina Lingkungan sebagai wujud CSR PT. Petrokimia Gresik melaksanakan program tersebut melalui tahap-tahap sebagai berikut:

**1. Tahap perencanaan (*Planning*)**

Perencanaan yang dilakukan PT. Petrokimia Gresik terdiri atas tiga langkah utama yaitu membangun kesadaran masyarakat (*Awareness building*), menyusun penaksiran CSR (*CSR assessment*), dan secara pembangunan manual (*CSR manual building*). (Data wawancara dengan Biro KBL Agus Nuranto Pada Tanggal 18 Januari 2010).

**a) Membangun kesadaran masyarakat (*Awareness building*)**

PT. Petrokimia Gresik setiap tahun mengadakan seminar mengenai *Community Development* sebagai wujud CSR PT Petrokimia dalam rangka membangun kesadaran akan arti penting CSR atau tanggung jawab social perusahaan. sebagai contoh : seminar yang dilakukan bersama Universitas Ubaya pada tanggal 11 february 2009

Seminar yang dilakukan bersama Fakultas Ekonomi Manajemen dan Komunikasi Universitas Negeri Surabaya, bertempat di kampus Universitas Negeri Surabaya pada tanggal 5 Desember 2009 dengan pembicara Yusuf Wibisono, seminar ini dilakukan dengan tujuan untuk membangun kesadaran mengenai arti penting CSR sekaligus mensosialisasikan program *Community Development* yang meliputi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT. Petrokimia Gresik. Seminar ini merupakan salah satu bentuk pendekatan yang digunakan oleh PT. Petrokimia Gresik untuk memberikan informasi dan tanya jawab seputar *Community Development* sebagai wujud CSR PT. Petrokimia Gresik.

Selain itu PT. Petrokimia Gresik melakukan dialog interaktif, bekerja sama dengan radio swasta “suara mitra” dengan membuat kontrak kerja sama. Pihak radio suara mitra FM akan menyiarkan berita-berita mengenai program *Community development* seperti bantuan-bantuan program yang telah diberikan untuk public selain itu juga informasi untuk menjadi mitraa bina PT. Petrokimia Gresik. Upaya publikasi ini dikategorikan sebagai *press relations* dengan tujuan untuk memberikan informasi tentang program-program Kemitraan dan Bina lingkungan sebagai bentuk program *Community Development*.

Bukan hanya di sekitar Jawa Timur saja, PT. Petrokimia Gresik

menjalani pameran albar” Kesetiakawanan Sosial Nasional (KSN) Expo

2009” yang berlangsung di Hall B, Jakarta Convention Center (JCC) Jakarta. Pameran yang diselenggarakan oleh Departemen Sosial RI (Depsos) bekerja sama dengan Corporate Forum for Community Development (CFCD) ini dibuka secara resmi oleh Dirjen Pemberdayaan Sosial Depsos Drs. Rusli Wahid. Tujuan dari Penyelenggaraan pameran ini adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai berbagai kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Dan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang dilakukan oleh BUMN, instansi pemerintah, swasta, dan dinas terkait. KSN Expo 2009 ini menampilkan produk unggulan nasional binaan dan demo produk hasil karya dari berbagai daerah yang merupakan hasil program pembinaan sosial dan pemberdayaan masyarakat di Indonesia. Selain itu, tersedia pula konsultasi pengembangan usaha bagi wiraswasta atau UKM yang membutuhkan modal/ kredit usaha, klinik konsultasi CSR dalam merencanakan dan membuat program serta klinik konsultasi PKBL BUMN bagi UKM dan kelompok masyarakat yang ingin menjadi mitra binaan perusahaan-perusahaan BUMN.

Pada ajang KSN Expo 2009 ini, PT. Petrokimia Gresik mengusung program bina lingkungan dan program kemitraan dengan menampilkan produk kerajinan kopiah dan batik hasil pengrajin mitra binaan di Gresik dan Madura dan menampilkan Kampong Sehat yang

dilengkapi dengan satu unit bus layanan kesehatan lapangan RSPG kedalam area pameran. Bus bertitel Layanan Kesehatan Keliling yang didatangkan langsung dari Gresik mampu menyedot perhatian pengunjung, termasuk Mensos Dr Salim Segaf Aljufri MA. Kendaraan medis yang cukup dengan berbagai peralatan untuk kegiatan pemeriksaan gigi, radiologi, pemeriksaan laboratorium, pertolongan pertama dan sebagainya sehingga bisa menunjang untuk kegiatan rumah sakit lapangan. Dan dari kalangan media yaitu TVRI Stasiun Nasional Jakarta juga tertarik untuk meliputi Bus Kampong Sehat ini sebagai bahan pemberitaannya.

<http://www.petrokimia-gresik.com/NewsDetail.asp?NewsID=4680>

Oleh karena itu seminar dan dialog interaktif ini merupakan salah satu sarana menumbuhkan *awareness* kepada masyarakat, yang memberikan informasi mengenai Program Kemitraan dan Bina Lingkungan sekaligus menarik calon Mitra Binaan untuk melakukan reaksi dengan mengunjungi tim *Community Development* (Biro Humas dan Biro KBL) PT. Petrokimia Gresik.

b) Meyusun penaksiran CSR (*CSR Assesment*)

Merupakan upaya untuk memetakan kondisi perusahaan dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapatkan prioritas perhatian dan langkah-langkah yang tepat untuk membangun struktur perusahaan

1. Analisis kondisi perusahaan CSR secara efektif. Adapun langkah

langkah yang dilakukan oleh Humas adalah sebagai berikut: (Data wawancara dengan Biro Humas Bapak Syaiful Tanggal 15 Januari 2010)

- 1) Merumuskan kemampuan perusahaan yang tersedia untuk menyelenggarakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

PT. Petrokimia Gresik adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memiliki komitmen untuk menjalankan peran *Good Corporate Governance* melalui penyelenggaraan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Dalam hal ini PT Petrokimia Gresik harus mengetahui kondisi beberapa warga di daerah Gresik melalui informasi dari media massa yang mana *Community Development* (PKBL) memberikan bantuannya terhadap masyarakat Gresik. Penyaluran dana yang dikeluarkan untuk program social kemasyarakatan ini diambil dari 1-4% dari keuntungan laba perusahaan.

- 2) Menentukan siapa saja yang terlibat dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

PT. Petrokimia Gresik melalui Biro Humas bekerjasama dengan pusat statistic pemerintah baik Kota maupun Kabupaten dalam menyediakan data-data mengenai jumlah pertumbuhan ekonomi masyarakat saat ini, Humas menggunakan media massa untuk mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya mengenai kondisi masyarakat saat ini, peluang kerja dan potensi masyarakat yang perlu

dikembangkan melalui data-data yang didapat dari pemerintah Kota dan Kabupaten. Selain itu juga untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan masyarakat Humas mengadakan penelitian/riset dari proposal pengajuan bantuan yang berasal dari permintaan masyarakat dan hasil survey pemetaan lingkungan tentang kebutuhan atau masalah dari komunitas yang akan dibantu oleh PT. Petrokimia Gresik. Survey lapangan dilakukan dengan melakukan interaksi secara langsung dengan segenap komponen masyarakat desa melalui diskusi-diskusi pleno, diskusi kelompok, tukar pendapat baik kepada masyarakat, tokoh adat, aparat desa (RT/RW, camat dan lurah), kalangan pemuda bahkan kalangan ibu-ibu sehingga dapat diketahui permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat seperti pendapatan masyarakat yang relatif rendah, banyaknya pengangguran, keterampilan yang tidak sesuai dengan lapangan pekerjaan dan lainnya, kemudian menggagas masa depan guna memenuhi kebutuhan, misalnya keinginan untuk bisa menyekolahkan anak-anak, memperoleh modal usaha, dan lainnya, setelah itu mendeteksi kendala-kendala yang dihadapi bagi terwujudnya keinginan mereka, misalnya tidak adanya sarana produksi, kekurangan modal usaha, tidak ada pasar, dan lain-lain.

“Bantuan program *Community development* yang akan dilaksanakan disesuaikan dengan kebutuhan yang benar-benar diperlukan oleh daerah sasaran program *community development* dan dengan adanya bantuan tersebut dapat mengembangkan sumber daya manusia dan daerah tersebut.”(Hasil wawancara dengan bapak Agus Nuranto, Biro KBL Tanggal 18 Januari 2010)

Dalam menentukan siapa yang berhak mendapatkan bantuan

Humas mempunyai dasar pertimbangan yaitu:

1. Faktor wilayah lokasi sasaran

Program *community development* dapat dilaksanakan atas inisiatif perusahaan atau melalui permintaan dari masyarakat dan survey pemetaan lingkungan. PT. Petrokimia Gresik melihat program CSR ini berdasarkan atas usaha peningkatan kualitas lingkungan masyarakat, sedangkan permintaan bantuan dari masyarakat harus melalui pertimbangan dengan memperhatikan hubungannya dengan kegiatan operasi, aspek produktivitas bantuan maupun alokasi dana. Selain itu, hal yang harus diperhatikan adalah penentuan menyangkut kebutuhan, apakah bermanfaat atau hanya berupa kebutuhan tidak mendesak dan tidak produktif. (Data sekunder Humas PT. Petrokimia Gresik).

Pemberian dana program *community development* agar tetap sasaran dan tepat guna diprioritaskan pada masyarakat yang

Kendekatan langsung dengan operasional perusahaan. Humas PT

Petrokimia Gresik dalam hal ini mengkategorikan pemberian bantuan berdasarkan area atau wilayah tempat tinggal masyarakat dalam bentuk *ring*.

**Tabel 3.4 Desa-desa yang mendapat bantuan dari PT. Pterokimia Gresik**

<b>Ring</b>	<b>Desa/ Kelurahan</b>	<b>Kecamatan</b>	<b>Kabupaten/ Kota</b>
<b>Ia</b>	Tlogopojok	Gresik	Gresik
	Lumpur	Gresik	Gresik
	Roomo	Manyar	Gresik
<b>Ib</b>	Karangturi	Gresik	Gresik
	Ngipik	Gresik	Gresik
	Sukorame	Gresik	Gresik
	Tlogopatut	Gresik	Gresik
	Kroman	Gresik	Gresik
<b>II</b>	Sukodono	Gresik	Gresik
	Randuagung	Gresik	Gresik
	Kebomas	Gresik	Gresik
	Gunungsari	Dukuh pakis	Surabaya
	Kandangan	Benowo	Surabaya
	Banjar Sugian	Tandes	Surabaya
	Trepan	Babat	Lamongan
<b>III</b>	Sidokumpul	Gresik	Gresik
	Kemuteran	Gresik	Gresik
	Kebungson	Gresik	Gresik
	Pekelingan	Gresik	Gresik
	Bedilan	Gresik	Gresik
	Karangpoh	Gresik	Gresik
	Trate	Gresik	Gresik
	Pekauman	Gresik	Gresik
	Tlogobendung	Gresik	Gresik
	Gapurosukolilo	Gresik	Gresik
	Pulopancikan	Gresik	Gresik
	Sidorukun	Gresik	Gresik
	Kramatinggil	Gresik	Gresik
	Yosowilangon	Manyar	Gresik

	Pongangan	Manyar	Gresik
	Sukomulyo	Manyar	Gresik
	Suci	Manyar	Gresik
<b>IV</b>	Seluruh desa / Kel Kab. Gresik dan desa dijalur pipa Gresik Gunung Sari & Gresik- Babat		

Sumber : Data Sekunder PKBL PT. Petrokimia Gresik th 2009

Masyarakat yang berada dalam *ring* I disebut sebagai public primer karena menjadi prioritas pertama dalam pemberian bantuan CSR. Masyarakat yang berada dalam *ring* II dan *ring* III disebut publik sekunder karena perusahaan tidak menutup kemungkinan dalam menyalurkan bantuan kepada masyarakat diwilayah ini meskipun belum menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Sedangkan masyarakat yang berada di *Ring* IV disebut sebagai masyarakat marjinal yang dapat diabaikan karena sudah berada diluar kebijakan PT. Petrokimia Gresik.

Kegunaan pembagian ringisasi adalah sebagai azas keadilan, karena wilayah yang terdekat tentunya yang merasakan dampak langsung dari operasional perusahaan sehingga menjadi indikator bagi penentuan prioritas perhatian perusahaan dan organisasi dibawahnya. Selain itu tujuan pembagian wilayah berdasarkan *ring* adalah untuk menentukan tingkat prioritas dalam penyaluran program CSR dan program lainnya yang relevan

Penyaluran bantuan pembiayaan program *community*

... ..

terhadap perusahaan, apakah melalui program *community development* perusahaan mendapat keuntungan dengan adanya dukungan masyarakat atau sebaliknya program *community development* justru menimbulkan konflik karena adanya provokator atau ketidakpuasan masyarakat terhadap bantuan pembiayaan program *community development*. Selain itu melalui program *community development* akan muncul efek timbal balik dari masyarakat terutama dalam hal peningkatan rasa saling memiliki dan peningkatan kerjasama dengan perusahaan.

## 2. Prospek peningkatan taraf hidup masyarakat

PT. Petrokimia Gresik memberi bantuan kepada masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Humas juga menganalisis apakah bantuan yang diberikan dapat berguna untuk merubah perekonomian masyarakat. Jika bantuan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat di wilayah program *community development*, maka daerah tersebut perlu segera dibantu. Dalam hal ini bantuan diberikan dalam bentuk uang dan material.

Berdasarkan data hasil observasi peneliti dalam melakukan penelitian, peneliti melihat bahwa bantuan dalam bentuk uang diberikan PT. Petrokimia Gresik kepada pengusaha kecil yang kekurangan modal, seperti yang dialami oleh Bapak Firdaus seorang pengrajin tas di Manyar yang tidak mempunyai modal untuk

pengembangan usahanya, kemudian beliau mengirim proposal permohonan bantuan kepada Humas PT. Petrokimia Gresik pada bulan Januari 2010 yang kemudian mendapat persetujuan oleh Biro Kemitraan dan Bina Lingkungan, sehingga Bapak Firdaus mendapat bantuan dana dari PT. Petrokimia Gresik. Bantuan dalam bentuk material lebih ditujukan kepada pembangunan sekolah, sarana ibadah dan sarana umum. (Data observasi di Humas PT. Petrokimia Gresik)

3. Prospek peningkatan hubungan baik, prospek peningkatan rasa memiliki, prospek peningkatan partisipasi dan prospek citra

Dengan program yang dijalankan dapat memberikan hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat terhadap kegiatan perusahaan, sehingga dapat memberi citra positif bagi perusahaan. Hal ini dilakukan perusahaan dengan menggelar program "kampung sehat" yang diadakan Petrokimia menyambut HUT PT. Petrokimia sekaligus menyambut HUT Kemerdekaan RI ke 64 Gresik pada bulan Agustus. Berbagai kegiatan acara itu dilakukan diantaranya perlombaan antar warga dan tim manajemen, pembagian sembako, pengobatan gratis, Pemberian beasiswa untuk siswa yang tergolong miskin dan yang berprestasi, dan pemberian mobil pelayanan kesehatan keliling gratis. Tujuan dalam penyelenggaraan kegiatan tersebut agar hubungan masyarakat dengan perusahaan semakin dekat

dan timbulnya rasa memiliki perusahaan oleh masyarakat, sehingga masyarakat diharapkan dapat ikut berpartisipasi dalam menjaga kelangsungan operasional perusahaan di tengah-tengah masyarakat dan dapat mencegah adanya konflik. Disamping itu dengan program bantuan berupa dana, material dan kegiatan yang dilakukan perusahaan bersama masyarakat seperti perlombaan dan bantuan untuk pembangunan sarana umum dapat menciptakan citra positif bagi perusahaan berupa dukungan masyarakat, partisipasi masyarakat dan tetap menjaga nama baik perusahaan oleh masyarakat di sekitar perusahaan.

c) Secara pembangunan Manual (CSR *manual building*)

Dibuat sebagai acuan, pedoman dan panduan dalam pengelolaan kegiatan-kegiatan social kemasyarakatan yang dilakukan oleh perusahaan. PT. Petrokimia Gresik mempunyai beberapa landasan operasional sebagai penguat dan dasar melakukan kegiatannya,

([http://www.petrokimia-gresik.com/Annual\\_Report\\_2008.pdf](http://www.petrokimia-gresik.com/Annual_Report_2008.pdf)),

diantaranya sebagai berikut:

a. Surat Keputusan Menteri Negara BUMN No. S-366/M-

- b. Keputusan Menteri BUMN No. Kep-236/MBU/2003, tanggal 17 Juni 2003 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan
- c. Arahana Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) PT. Petrokimia Gresik
- d. Misi Perusahaan PT. Petrokimia Gresik : “....berperan aktif dalam Community Development....”
- e. SK Direksi PT. Petrokimia Gresik No. 097/05/TU.04.02/30/SK/2002, tanggal 15 Mei 2002 tentang Susunan dan Tugas Pelaksana Program Bina Lingkungan PT. Petrokimia Gresik
- f. Surat Edaran Menteri BUMN, No. SE.433/MBU/2003 tentang petunjuk pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan.
- g. Prosedur Pelaksanaan Program Bina Lingkungan PR-02-1045

## 2) Tahap Implementasi

Tahap implementasi yang dilakukan PT. Petrokimia Gresik adalah sebagai berikut (Data wawancara dengan Biro KBL Bapak Agus Nuranto, Pada Tanggal 18 Januari 2009):

- a. Menunjuk Direktur Sumber Daya Manusia sebagai CSR *Champion* perusahaan. Humas sebagai mediator bagi manajemen untuk mendengar apa yang diharapkan masyarakat, mengkomunikasikan program, mengawasi program serta mengevaluasi program. Terlebih dahulu

masyarakat mengajukan proposal permohonan bantuan baik untuk permohonan dana atau pinjaman modal maupun dalam bentuk material. Secara khusus yang menjadi target khalayak dari program Kemitraan adalah masyarakat yang memiliki usaha kecil yang bergerak disektor industri, pertanian, peternakan, perikanan, perdagangan dan jasa. Wilayah Binaan meliputi Jawa Timur, Jawa Tengah, Yogyakarta, Bali, NTB dengan prioritas pembinaan di wilayah Jawa Timur utamanya untuk wilayah usaha yang berada disekitar operasional perusahaan. Usaha kecil yang dapat ikut serta dalam program Kemitraan adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak dua ratus juta rupiah, tidak termasuk tanah dan tempat usaha.
2. Warga Negara Indonesia
3. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah dan usaha besar
4. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum
5. Telah melakukan kegiatan usaha minimal satu tahun serta mempunyai potensi dan prospek usaha untuk dikembangkan.

Kriteria utama yaitu: pertama, usaha kecil mempunyai prospek untuk berkembang; kedua, usaha kecil dalam kondisi masih aktif

dan memiliki kegiatan usaha kecil benar benar memerlukan dana untuk

mengembangkan usahanya. Program pelatihan dengan usaha kecil dan masyarakat bertujuan untuk mengembangkan, meningkatkan kemampuan dan keahlian usaha kecil sehingga mampu sendiri, tumbuh dan berkembang menjadi pengusaha yang handal. Kegiatan pembinaan meliputi: pelatihan, penyuluhan, promosi, pameran dan evaluasi.

Alur pengajuan proposal program kemitraan untuk menjadi mitra binaan PT.Petrokimia Gresik yaitu: Calon mitra binaan mengajukan proposal kepada Biro Humas yang dilengkapi dengan berkas persyaratan. Evaluasi dilakukan dengan mengecek kengkapan berkas, bidang usaha (minimal 1 tahun), jumlah pengajuan dan rincian penghasilan. Survey dilakukan oleh Humas dengan cara verifikasi, verifikasi lapangan sangat penting dilakukan untuk tetap menjaga kinerja penyaluran kredit dan menghindari risiko kredit macet bisa dihindari dengan kegiatan verifikasi tersebut melalui survey berkala. Tujuan dari verifikasi yang dilakukan PT. Petrokimia adalah untuk melihat kenyataan dan wawancara langsung, apakah sesuai atau tidak dengan proposal yang diajukan oleh calon mitra binaan (masyarakat). Tahap terakhir dalam alur pengajuan proposal adalah penetapan, dimana proposal yang sudah disetujui oleh Biro KBL (kemitraan dan Bina lingkungan), jika proposal tersebut juga disetujui oleh Biro KBL maka dana yang diajukan didrop ke Biro Humas, dan kemudian dilakukan penandatanganan kontrak/

penandatanganan perjanjian kerjasama, dana ditransfer ke nomor rekening mitra binaan. Untuk rekening Bank, PT. Petrokimia berkerjasama dengan Bank BNI.

Sasaran program Kemitraan adalah membantu pengusaha kecil dan koperasi agar dapat berkembang dan mandiri; meningkatkan kepedulian perusahaan terhadap pembinaan lingkungan masyarakat; mendorong kegiatan dan pertumbuhan ekonomi serta terciptanya lapangan kerja dan kesempatan usaha.

Sedangkan yang menjadi target khalayak dari program Bina Lingkungan adalah lebih didahulukan kepada masyarakat sekitar perusahaan yang membutuhkan bantuan khususnya pada *Ring I*. Bentuk bantuan ada yang berasal proposal permohonan dari masyarakat dan ada juga yang berdasarkan inisiatif perusahaan.

Alur pengajuan proposal Bina Lingkungan yaitu: Masyarakat mengajukan proposal permohonan bantuan kepada Humas. Setelah itu Humas melakukan survey, memberikan pertimbangan akan keuntungan serta kerugian yang didapat perusahaan apabila proposal yang diajukan oleh masyarakat tersebut dikabulkan, Setelah itu Humas bersama dengan Biro KBL (Kemitraan dan Bina Lingkungan) terlebih dahulu melakukan peninjauan terhadap isi proposal tersebut, dan Biro KBL (kemitraan dan

- b. Menjalankan kegiatan sejalan dengan sasaran yang telah di tentukan.
- c. Humas mensosialisasikan kegiatan CSR kepada seluruh tingkatan manajemen, karyawan dan seluruh unit bisnis perusahaan dengan mengadakan seminar CSR.

### 3) Tahap Evaluasi

Agar Program yang telah dilakukan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh perusahaan, maka evaluasi terhadap program *community development* terus dilakukan. Setiap selesai melakukan program *community development*, Biro Humas bekerja sama dengan Biro KBL selaku koordinator melakukan evaluasi. Evaluasi yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Survey yang dilakukan oleh Humas untuk melihat besar tingkat kepuasan masyarakat dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada masyarakat untuk mengetahui hasil dan tanggapan program yang telah dijalankan apakah memenuhi sasaran atau masih perlu di perbaiki. Jika program yang dijalankan apakah memenuhi sasaran maka program yang telah dijalankan akan lebih ditingkatkan lagi, sedangkan jika tidak memenuhi sasaran maka humas dapat menerima solusi atau masukan dari *Stakeholders* ( Karyawan, pimpinan perusahaan dan pemegang saham).

Humas melakukan evaluasi pada setiap bulan, juga di pertengahan tahun Humas mengevaluasi program apa yang harus diperbaiki dan program apa yang harus di rubah untuk 6 bulan kedepan

dan akhir tahun Humas selalu mengevaluasi program-program yang sudah dilaksanakan, apakah program yang dilaksanakan berhasil atau masih perlu diperbaiki dan bagaimana tanggapan masyarakat terhadap program yang dijalankan, apakah mendapat tanggapan positif atau negatif. Adanya tanggapan yang positif serta dukungan dari masyarakat akan keberadaan program *Community Development* (PKBL) yang dijalankan oleh PT. Petrokimia Gresik dapat menjadi acuan akan keberhasilan sebuah program. Selain itu penilaian positif dari masyarakat akan keberadaan sebuah perusahaan di tengah lingkungan mereka akan mempertahankan eksistensi perusahaan itu sendiri. Dari beberapa hasil evaluasi yang didapat menunjukkan bahwa PT. Petrokimia Gresik sangat berperan dalam pembangunan kota Gresik dengan memberikan sejumlah bantuan kepada masyarakat sekitar seperti: peningkatan sarana pendidikan, pengembangan sarana dan prasarana di lingkungan sekitar masyarakat, peningkatan kesehatan, peningkatan ibadah, pelestarian lingkungan, bantuan pemberian modal kerja/usaha dan bantuan-bantuan lain yang diwujudkan melalui program *Community Development*. (Data wawancara kepada Biro Humas Bapak Syaiful tanggal 18 Januari 2010)

Selain itu juga dalam evaluasi pelaksanaan *Community Development* yang meliputi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan dalam rangka penerapan *Good Corporate Governance*, survey telah

diteliti dan dinilai oleh General Audit eksternal dari BPKP (Badan

Pengawas Keuangan Perusahaan) perwakilan Jawa Timur. Materi Audit dilakukan terhadap pelaksanaan PKBL dan laporan keuangan yang meliputi kelengkapan berkas administrasi dan peninjauan langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang akurat dan obyektif. Setelah dilakukan pemeriksaan administratif berupa kebenaran dan kelengkapan dokumen. Tim Auditor melakukan peninjauan dan melakukan wawancara langsung dengan Mitra Binaan dan masyarakat penerima bantuan Bina Lingkungan.

PT. Petrokimia Gresik telah menemukan KPI (*Key performance indicator*) dalam menjalankan program *community development*. KPI ini terbagi menjadi dua ukuran, yaitu ukuran secara kualitatif dan ukuran secara kuantitatif. Menurut ukuran kualitatif, program *community development* dikatakan berhasil jika dapat meminimalkan konflik atau potensi konflik perusahaan dengan masyarakat dan terwujudnya hubungan yang positif. Selain itu, asset perusahaan (pimpinan, karyawan, pabrik dan fasilitas pendukung) terjaga dan terpelihara dengan aman dan operasional dan aktivitas perusahaan berjalan aman dan lancar. Sedangkan untuk ukuran kuantitatif adalah tersalurkannya dana Bina Lingkungan minimal 80%, 100% dana bina lingkungan tersalurkan untuk daerah Gresik, Gunungsari dan Babat, 45% dana Bina Lingkungan tersalurkan untuk Ring I (Tlogopojok, Roomo dan Lumpur), Tingkat kepuasan masyarakat minimum 60% dan dinyatakan baik (tidak ada

temuan penting) pada hasil audit eksternal (BPKP). (Data sekunder PT. Petrokimia Gresik)

“khusus untuk *community development* atau CSR, kita punya KPI (*key performance indicator*), yaitu survey kepuasan masyarakat. Kalau tahun 2009, 79% masyarakat menyatakan puas. Jadi kita punya indikator untuk melihat, apakah kontribusi social kita dimasyarakat itu cukup atau tidak. Kemudian itu juga, apakah untuk referensi tahun berikutnya. Yang kurang dari sisi apa, hal itu untuk sebagai evaluasi dan bahan masukan.” (Wawancara dengan Bapak Syaiful, tanggal 15 Januari 2010)

Tingkat keberhasilan pelaksanaan program *community development* dilihat melalui tuntutan masyarakat atau tanggapan masyarakat yang masuk pada periode berikutnya. Evaluasi secara khusus akan pelaksanaan program *community development* juga selalu dilakukan. Humas selama ini menyimpulkan bahwa jika tidak muncul tuntutan serupa dengan tuntutan sebelumnya, maka pelaksanaan program *community development* telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh masyarakat sehingga evaluasi terhadap pelaksanaan tindakan Humas dalam mendukung program *community development* selalu dilakukan secara hati-hati dan mendetail melalui penelitian penelitian terlebih dahulu mengenai kondisi yang terjadi di masyarakat dengan bekerja sama dengan bagian lain yang ahli dibidangnya. (Data wawancara kepada Bapak Syaiful Dir. Humas PT. Petrokimia Gresik)

#### 4. Pelaporan (*reporting*)

Sebagai bentuk tanggung jawab atas kegiatan *Community Development* (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan sebagai wujud *Corporate Social Responsibility/ CSR* yang dijalankan PT. Petrokimia Gresik membuat suatu laporan yang menggambarkan seluruh kegiatan yang telah dilakukan. *Sustainable Reeport* (Laporan keberlanjutan) merupakan laporan tahunan yang dibuat PT. Petrokimia Gresik untuk melaporkan kegiatan CSR-nya.

Selain itu PT. Petrokimia Gresik juga membuat pembukuan tentang PKBL sesuai dengan yang telah ditetapkan dalam keputusan Menteri BUMN Tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. Pembukuan tersebut dilaporkan secara terpisah dari pembukuan perusahaan.

Reporting PT. Petrokimia Gresik merupakan fase pemungkas, dimana hal ini bisa digunakan sebagai bahan evaluasi dan juga bisa menjadi alat komunikasi antara PT. Petrokimia Gresik dengan publik. Publik bisa mengetahui laporan PT. Petrokimia Gresik melalui tiga media yang jangkauannya luas seperti 1) media internet, dengan alamat situs: [http://www.petrokimia-gresik.com/Annual\\_Report\\_2008.pdf](http://www.petrokimia-gresik.com/Annual_Report_2008.pdf). 2) Media Cetak, seperti Jawa pos, dan 3) media elektronik, seperti Televisi.

Keberadaan PT. Petrokimia Gresik yang kegiatan operasional

perusahaannya dekat dengan pemukiman penduduk menyebabkan publik

eksternal perusahaan, khususnya yang meliputi seluruh masyarakat sekitar Gresik. Hal tersebut diakui atau tidak menyebabkan timbulnya tanggung jawab sebagai bagian dari sistem sosial tersebut. Tanggung jawab dalam sistem sosial ini, secara langsung maupun tidak mengikat perusahaan dan memiliki komitmen yang sangat erat dengan kelangsungan operasional perusahaan. Hal ini diwujudkan oleh PT. Petrokimia Gresik ke dalam program yang menuntut peran aktif masyarakat sekitar. Program tanggung jawab perusahaan yang dilakukan PT. Petrokimia Gresik adalah dengan program *Community Development* yang meliputi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). PKBL PT. Petrokimia Gresik menyisihkan dana 1-4 persen dari labar bersih yang diperoleh dari perusahaan. Sehingga untuk tahun 2009 Penyaluran dana untuk Program Kemitraan adalah sebesar Rp 23,15 Miliar, sedangkan penyaluran dana untuk program Bina Lingkungan adalah sebesar Rp 11,1 Miliar.

Adapun kegiatan *community development* PT. Petrokimia Gresik sebagai bentuk tanggung jawab social perusahaan antara lain Pada Program kemitraan yang mencakup pemberian pinjaman modal kerja dan Program Bina Lingkungan yang meliputi kegiatan bantuan pendidikan dan pelatihan, kesehatan, pengembangan sarana dan prasarana umum, kepedulian social dan sarana ibadah. Namun Peneliti ingin melihat

pemberian pinjaman modal kerja dan penyelenggaraan kegiatan dari salah satu program Bina Lingkungan yaitu bantuan pendidikan dan pelatihan. Karena dari kedua aspek tersebut adalah bantuan yang lebih diprioritaskan oleh PT. Petrokimia Gresik.

### **1) PT Petrokimia Gresik Dalam Program Kemitraan**

Dalam melakukan tanggung jawab sosial pada masyarakat sekitarnya, perusahaan tidak hanya memberikan bantuan dalam bentuk uang tunai untuk sarana dan prasarana, namun PT. Petrokimia Gresik juga mempunyai kewajiban untuk melakukan pembinaan yang dapat menciptakan usaha baru. Program kemitraan dengan pengusaha kecil dan koperasi yang telah dimulai pada tahun 1984 meliputi wilayah pembinaan pulau Jawa, Madura, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur Dan Maluku. Sejak tahun 1995, PT. Petrokimia Gresik memfokuskan program kemitraan untuk wilayah Jawa Timur sesuai dengan penugasan Pemerintah. Pada tahun 2005 dibentuk unit tersendiri dalam struktur organisasi perusahaan yang khusus menangani Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang bertanggung jawab langsung kepada Direkur SDM dan Umum sesuai SK Direksi PT. Petrokimia Gresik No.0110.1/LI.0001/30/SK/2005 Pada 26 April 2005

Program ini dirancang sebagai suatu bentuk usaha untuk mendukung perekonomian masyarakat kelompok usaha kecil dan

mengacu pada program ini adalah kemitraan yang saling mendukung dan saling menguntungkan antara perusahaan dan masyarakat. Untuk itu strategi yang mendukung keberhasilan usaha ini adalah melalui program pelatihan dan pendampingan disamping dukungan pada permodalan yang diperoleh melalui kerjasama dengan Biro KBL (Kemitraan dan Bina Lingkungan)

Selama tahun 2009 jumlah Mitra Binaan PT. Petrokimia Gresik sebanyak 354 Mitra Binaan dan sampai dengan tahun 2009 sebanyak 3452 Mitra binaan. Wilayah Binaan meliputi Jawa Timur, Jawa Tengah, D.I Yogyakarta, Bali, NTB dengan prioritas pembinaan di wilayah Jawa Timur utamanya untuk wilayah usaha yang berada disekitar operasional perusahaan. Usaha kecil yang dibina perusahaan tahun 2009 merupakan kelanjutan dari pelaksanaan kegiatan pada tahun-tahun sebelumnya. Penyaluran dana CSR melalui program Kemitraan tahun 2009 adalah 1-3% dari laba perusahaan sebesar Rp 23,15 Miliar.

Kegiatan Program CSR nya meliputi:

a. Pemberian Pinjaman Modal Kerja (PPMK).

Penyaluran Pinjaman Modal Kerja diutamakan untuk Sektor Usaha Tani yang meliputi sektor pertanian, peternakan, perikanan, perkebunan karena memiliki korelasi langsung dengan bisnis inti perusahaan sebagai produsen pupuk. Penyaluran pinjaman dalam tahun 2009 sebesar Rp 21,72 Miliar untuk pengusaha kecil non usaha

tani diprioritaskan kepada pengusaha kecil di wilayah usaha perusahaan karena mayoritas masyarakatnya merupakan pengusaha kecil home industri seperti usaha tenun, baju muslim, songkok, mukena, tas sekolah, makanan tradisional. Pinjaman Modal Kerja yang diberikan perusahaan dikenakan bunga yang sangat ringan dan jangka waktu jatuh waktu tempo yang cukup lama, yakni 6 bulan untuk mitra binaan yang mendapatkan pinjaman tahap pertama dan 3 bulan untuk mitra binaan tahap lanjutan.

b. Pendidikan dan pelatihan kepada pengusaha kecil mitra binaan

Pendidikan dan pelatihan ini dalam rangka pembinaan pengusaha kecil, diantaranya adalah:

1. Pelatihan manajemen sederhana yang bertujuan agar pengusaha kecil mitra binaan dapat mempraktekkan dan melaksanakan pencatatan dan pembukuan sederhana dalam melaksanakan kegiatan usahannya.
2. Pelatihan internet untuk pengusaha kecil mitra binaan sektor aneka industri dan sektor perdagangan secara bergantian.
3. Diklat dan study banding tentang usaha kecil yang sukses antara lain pemeliharaan sapi perah yang baik untuk meningkatkan jumlah produk dan mutu produk susu yang

mitra binaan dapat belajar dan menjadi lebih kreatif dalam melaksanakan usahanya.

4. Diklat tentang aplikasi administrasi penampungan susu untuk mitra binaan sapi perah.

5. Pelatihan MERK dan HAKI untuk pengusaha kecil mitra Binaan sektor industri guna memahami akan pentingnya merk dan hak patent untuk hasil usahanya.

c. Mengadakan Pameran dan promosi yang dimaksud agar hasil produk binaan dapat dikenal oleh masyarakat dan dapat terjadi pembelian baik dalam jumlah kecil dan besar serta timbul sinergi antar pengusaha kecil mitra binaan. Jenis Pameran yang telah dilakukan pada tahun 2009 diantaranya adalah Pameran KSN Expo 2009 di Jakarta Convention Center (JCC), Pameran International Handicraft (INACRAFT) di Jakarta, pameran Gelar Batik Nasional Di Jakarta, pameran Handicraft di Jakarta pameran Resources of Indonesian di Jakarta, pameran Trend Indonesia 2009 di Kuala Lumpur Convention Center. PT. Petrokimia Gresik menampilkan produk mitra binaan:

1. Batik tulis "Mutiara" dari Pamekasan Madura

2. Batik tulis "Tanjung Expres" dari Bangkalan Madura

3. Batik tulis "Seri Kenanga" dari Tulangan Sidoarjo





Program ini dimulai sejak bulan Februari 2009 memberikan pelatihan gratis kepada sejumlah remaja putus sekolah. Selama tiga bulan, peserta akan mendapatkan pelatihan di bidang otomotif. Pelatihan itu diharapkan mampu mencetak remaja-remaja putus sekolah agar memiliki keahlian di bidang otomotif. Selanjutnya, peserta bisa menjual keahlian tersebut sebagai modal di dunia kerja. Sasaran yang dicapai adalah mengurangi pengangguran, bisa berwirausaha dengan mendirikan bengkel sendiri. Program semacam ini akan membuka lapangan-lapangan kerja baru di daerah.

Berikut hasil ungkapan dari salah seorang peserta pelatihan, Ahmad Junaedi :

” mengaku sangat senang bisa mengikuti program tersebut. Apalagi sebelumnya, dia dan beberapa remaja lain diajak ke pusat pembuatan sepeda motor Honda di Jakarta. "Senang sekali. Saya bisa tahu bagaimana cara membuat motor empat unit dalam satu menit”

(<http://www.jawapos.co.id./utama/index.php>)

Program ini merupakan wadah pembekalan keterampilan untuk pemuda pemudi khususnya yang putus sekolah disekitar wilayah operasional perusahaan. Melalui usaha ini para pemuda diberikan bekal yaitu keterampilan dasar dalam kegiatan wirausaha yang diminatinya. Berbekal modal dasar berupa keterampilan yang diberikan tersebut diharapkan dapat menjadi titik tolak dalam membangun wirausaha baru yang berani bersaing menuju kesuksesan dan kemandirian. Disamping

pembekalan modal keterampilan, alumni pelatihan dibidang las listrik dan membordir ini akan mendapat pula dukungan modal usaha untuk mengembangkan keterampilan yang dimiliki sebagai sumber pendapatan guna mewujudkan kesejahteraan ekonomi.

Selain itu, untuk meningkatkan kualitas pendidikan di Gresik, PT. Petrokimia Gresik juga melakukan rehabilitasi sarana dan prasarana belajar seperti renovasi ruang kelas , ruang perpustakaan sekolah dan bantuan meja dan kursi antara lain SDN Lumpur, SDN Karangturi, SDN Tlogo pojok, SDN Roomo Gresik, SMK NU 1 Bustabul Arifin Glagah. SDN Indro Kebomas Gresik, SD Islam Al- Roudl Amin Gresik. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membantu proses belajar mengajar.

Bantuan yang diberikan PT. Petrokimia Gesik juga dilihat dari pelatihan dalam Program LOLAPIL (Loka Latihan Keterampilan) bagi siswa lulusan SMA jurusan IPA atau SMK jurusan Kimia dan Mesin untuk dilatih menjadi tenaga terampil/ operator produksi dibidang industri kimia. Program berlangsung selama 6 bulan separuh waktu untuk belajar teori/ konsep didalam kelas dan separuh waktu lainnya untuk prektek dilapangan di fasilitas pabrik. Peserta Program LOLAPIL diberi kesempatan untuk mengenal, mempelajari, dan mengoperasikan fasilitas pabrik secara optimal dibawah pembinaan pembimbing lapangan yang berpengalaman dan berkompeten serta instruktur eksternal dari Institut

orang pada tahun 2009. Setelah peserta selesai mengikuti program LOLAPIL ini, peserta akan mendapatkan sertifikat, yang mana nantinya jika PT. Petrokimia Gresik maupun anak perusahaan PT. Petrokimia Gresik membutuhkan tenaga ahli sesuai dengan kemampuan yang dimiliki setelah mengikuti LOLAPIL ini maka peserta tersebut akan di rekrut oleh perusahaan maupun anak perusahaan. Tujuan dari program LOLAPIL ini adalah untuk meningkatkan keterampilan dan keahlian serta menyediakan lapangan pekerjaan untuk mengurangi pengangguran.

**d. Faktor pendukung dan Faktor Penghambat program *Community Development***

Dari Data Wawancara kepada Biro KBL Bapak Agus Nuratmo Faktor-faktor pendukung dan penghambat yang ada dalam pelaksanaan *Community Development* di PT. Petrokimia Gresik, antara lain:

Faktor Pendukung:

1. Anggaran dana Program *Community Development* yang cukup besar mencapai lebih dari satu miliar rupiah setiap tahunnya. Angka ini cukup besar untuk memberdayakan masyarakat di wilayah Ring I.
2. Adanya bagian khusus yang menangani program *Community Development* yang dijalankan perusahaan, dimana bagian ini dapat

3. Sarana penunjang kegiatan yang memadai, misalnya: transportasi, lahan yang luas, serta peralatan berat yang dimiliki oleh perusahaan.
4. Para karyawan yang tinggal dan berbaur langsung dengan masyarakat setempat. Hal ini juga dapat dijadikan cara untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari masyarakat
5. Dukungan dan simpati masyarakat terhadap perusahaan

#### Faktor Penghambat

1. Terbentur pada keterbatasan pola pikir masyarakat, masyarakat sering kali hanya melihat program *Community Development* yang dilaksanakan oleh perusahaan dari sisi jangka pendeknya dan tidak lebih jauh melihat dari sisi kedepannya dan hanya sebagian dari masyarakat yang mengetahui program *community development* yang diselenggarakan oleh perusahaan, hal ini berkaitan dengan kenyataan bahwa perusahaan telah sering memberikan bantuan kepada masyarakat dalam berbagai bentuk. Karena selama ini dana Program *community developmnet* lebih sering mengalir layaknya donasi biasa.
2. Adanya kecemburuan sosial. Keberadaan PT. Petrokimia Gresik tidak dapat dihindari dapat menimbulkan kecemburuan sosial terhadap warga atau masyarakat Gresik. Keadaan ekonomi pekerja Petrokimia yang mapan dan keberadaan perumahan Petrokimia yang mempunyai

kebugaran, Rumah Sakit Petrokimia Gresik (RSPG), gedung pertemuan dan masjid yang terawat, menimbulkan kecemburuan sosial masyarakat. Dengan situasi yang demikian Perusahaan melaksanakan program *community development* sebagai tanggung jawab sosial perusahaan dengan tujuan meningkatkan kondisi ekonomi masyarakat dan memandirikan masyarakat. Tetapi dengan adanya perbedaan sosial ekonomi antara pekerja Petrokimia dengan masyarakat sekitar, masyarakat semakin ingin dimanjakan dengan bantuan-bantuan dari PT. Petrokimia . Masyarakat menjadi tergantung dengan bantuan dari program *community development* dan tidak merasa puas dengan bantuan yang diberikan.

#### **e. Tanggapan Masyarakat**

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan dan wawancara bagian Humas PT. Petrokimia Gresik, dan 15 wakil dari anggota masyarakat yang dipilih dari 100 pemohon yang masuk ke Bagian Humas PT. Petrokimia Gresik di tahun 2009, yang pernah mengajukan permohonan bantuan kepada perusahaan, secara umum masyarakat memandang PT. Petrokimia Gresik sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari wilayah mereka. Hal ini disebabkan karena mereka merasa benar-benar diberi perhatian dan dijadikan prioritas utama oleh perusahaan, sejak perusahaan pertama kali didirikan di wilayah tersebut

”mayoritas masyarakat disini itu miskin tentu perbaikan ekonomi menjadi harapan terbesar yang diharapkan PT. Petrokimia Gresik. Sebenarnya perbaikan itu sudah mulai dirasakan, sejak adanya Petro banyak warga sekitar yang membuka usaha seperti Rumah makan, usaha bordir dan lain sebagainya” (wawancara dengan bapak Abd Aziz kepala desa PT. Petrokimia Gresik)

Namun, sebagian anggota masyarakat saja yang benar-benar mengetahui akan keberadaan program *Community Development* yang ada di perusahaan, selebihnya mereka hanya menganggap bahwa bantuan yang diberikan oleh perusahaan merupakan bantuan yang sifatnya relasi atau cenderung mengarah ke tujuan terjalannya hubungan yang harmonis antara masyarakat sekitar dengan perusahaan.

Dari hasil penelitian di lapangan, banyaknya permohonan (lebih dari 15 proposal setiap minggunya) yang diajukan ke PT Petrokimia Gresik menunjukkan bahwa antusias masyarakat terhadap bantuan yang diberikan oleh perusahaan juga sangat besar. Apabila proposal tersebut berasal dari masyarakat sekitar, maka dapat dipastikan hampir 90% dikabulkan oleh perusahaan. Sampai saat ini hubungan

antara perusahaan dengan pihak masyarakat setempat dapat dikatakan sangat baik

Faktor keberhasilan dalam pelaksanaan *community development* dilihat dalam beberapa faktor antara lain:

1. Adanya dukungan dari perusahaan dan manajemen. Humas PT. Petrokimia Gresik dalam melaksanakan program *community development* ini sangat merasakan besarnya peranan perusahaan dan pihak manajemen. Perusahaan berkenan menyediakan dana untuk merealisasikan program CSR dan berkenan turut serta terjun dalam kegiatan masyarakat.
2. Kegiatan yang tersusun dengan matang, kegiatan yang disusun secara matang melalui survei, riset lapangan dan rencana kegiatan dan dana yang telah disetujui oleh PKBL membantu dalam keberhasilan.
3. Dari beberapa hasil evaluasi pelaksanaan program *community development* berdasarkan wawancara kepada bapak Syaiful Biro Humas PT. Petrokimia Gresik bahwa PT. Petrokimia Gresik sangat berperan dalam pembangunan kota Gresik dengan memberikan sejumlah bantuan kepada masyarakat sekitar seperti: peningkatan sarana pendidikan, peningkatan sarana dan prasarana di Lingkungan sekitar masyarakat, peningkatan kesehatan, peningkatan ibadah, pelestarian lingkungan, bantuan pemberian pinjaman modal kerja/ usaha dan bantuan-bantuan lain yang diwujudkan melalui program *community development*.
4. Adanya tanggapan yang positif serta dukungan dari masyarakat akan keberadaan program *community development* menjadi acuan akan lebih baik pelaksanaan program. Tanggapan positif tersebut dapat dilihat dari

pemberitaan positif oleh media massa, media elektronik maupun media internet yang simpatik terhadap perusahaan juga pada kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh tim *community development* (Biro Humas dan Biro KBL). Berikut adalah petikan dan tanggapan positif dari salah satu masyarakat yang mewakili Karang Taruna yang dimuat di situs (<http://www.petrokimia-gresik.com/NewsDetail.asp?NewsID=4655>, 22 oktober 2007):

”Dalam sambutannya, Indra mengatakan bahwa acara yang diselenggarakan oleh PT. Petrokimia Gresik ini sungguh merupakan suatu kesempatan untuk dapat berkomunikasi secara langsung dengan perusahaan yang selama ini telah banyak membantu dalam hal pemberdayaan desa sekitar, khususnya Karang Taruna”

5. Banyaknya permohonan (lebih dari 15 proposal setiap minggunya) yang diajukan ke PT. Petrokimia Gresik, menunjukkan bahwa antusias masyarakat terhadap bantuan yang diberikan oleh perusahaan sangat besar.
6. PT. Petrokimia Gresik dapat mestarifkan kehidupan masyarakat menjadi lebih baik

“ Sangat kelihatan ketika kita melihat dari taraf kehidupan masyarakat yang mana dulu mereka hanya afatis, bersikap pasif, maka mereka sekarang akan jauh lebih aktif karena merasa punya sedikit kelebihan, ada modal keahlian sekaligus kita juga membuka pintu untuk memberikan bantuan yang kita harapkan juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dan juga membuka peluang kerja, jadi itu juga satu dari efektifitas dari CSR yang kita lakukan dengan masyarakat maka mereka akan merasa bahwa keberadaan perusahaan ini mendatangkan manfaat bagi masyarakat. (wawancara kepada ... PT. Petrokimia Gresik tanggal ... )

7. PT. Petrokimia Gresik telah mempunyai *key performance indicator* (KPI) sehubungan dengan program *community development*. Adanya KPI ini menyebabkan penyusunan program sudah dapat sepenuhnya didasarkan pada tujuan, target dan pengukuran tingkat keberhasilan.

Dari hasil penelitian, bahwa PT. Petrokimia Gresik dalam melaksanakan program *community development* yang direncanakan maupun berasal dari proposal kebutuhan masyarakat telah terealisasi. Program *community development* yang dijalankan perusahaan berhasil dimana penulis melihat dari faktor-faktor keberhasilan dalam pelaksanaan program *community development*. Selain itu, penulis melihat dari respon masyarakat sekitar perusahaan terhadap program *community development*. Secara umum masyarakat memandang PT. Petrokimia Gresik sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari wilayah mereka. Hal ini disebabkan karena mereka merasa benar-benar diberi perhatian dan dijadikan prioritas utama oleh perusahaan, sejak perusahaan pertama kali didirikan di wilayah tersebut, namun ada juga sebagian masyarakat yang tidak tahu akan program *community development* yang dijalankan PT. Petrokimia Gresik, menunjukkan pemberian bantuan yang diberikan oleh PT. Petrokimia lebih memprioritas pada wilayah *Ring I* yang mengkhususkan Desa Tlogopojok, Desa Roomo, dan Desa Lumpur, karena pada wilayah tersebut adalah wilayah yang paling dekat dengan operasi perusahaan. Sedangkan di luar wilayah *Ring I* selain dari Desa Tlogopojok, Desa Roomo dan Desa Lumpur ternyata masih ada yang kurang mengetahui ataupun

yang tidak menerima bantuan dari PT. Petrokimia Gresik. Hal ini dilihat dari wawancara dengan beberapa masyarakat sekitar diluar Desa Tlogopojok, Desa Roomo dan Desa Lumpur. Dan juga kurangnya sosialisasi atau publikasi program yang dilakukan Perusahaan. Hal ini berkaitan dengan kenyataan bahwa perusahaan telah sering memberikan bantuan kepada masyarakat dalam berbagai bentuk. Karena selama ini dana program *community development* lebih sering mengalir layaknya

## **B. ANALISIS DATA**

### **1. Humas dalam *Community Development* sebagai bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Wawancara dengan Bapak Syaiful Biro Humas PT. Petrokimia Gresik, peneliti melihat bahwa Humas PT. Petrokimia Gresik sangat mendapatkan perhatian yang besar dari pihak manajemen dimana peran yang dilaksanakan oleh Humas dirasakan PT. Petrokimia Gresik sangat memberikan pengaruh pada citra baik perusahaan dimata *stakeholders* khususnya masyarakat sekitar perusahaan, sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh A.W Wijaya (Wijaya, 1986:65) bahwa Humas merupakan suatu kegiatan untuk menanamkan pengertian untuk memperoleh *goodwill*, kerjasama, dan kepercayaan yang pada gilirannya mendapat dukungan, maka Humas PT. Petrokimia Gresik dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial perusahaan tentunya ditujukan untuk menjalin dan mengelola hubungan baik dengan publik dan lingkungan tempat perusahaan beroperasi, ini sesuai dengan program Kegiatan Humas PT.Petrokimia gresik yaitu penerimaan tamu perusahaan; membina komunikasi yang baik dengan masyarakat lingkungan, pemerintah, pelanggan dan mitra kerja; menjalin kemitraan dengan Pers; menjalin kemitraan dengan lembaga negara; menjalin komunikasi internal dan eksternal dengan cara kampanye kehumasan, melakukan kegiatan promosi dan publikasi. Serta menerbitkan sarana publikasi dan dokumentasi. Semua Program kegiatan Humas

publik atau *stakeholders* agar terbina hubungan yang harmonis dan menguntungkan yang nantinya akan menciptakan identitas dan citra positif perusahaan.

Dalam aktivitas tugas Humas didalam sebuah organisasi atau lembaga yang meliputi aktivitas membina hubungan kedalam (*public internal*) dan membina hubungan keluar (*public eksternal*)(Ruslan,2001:20) Humas harus mengetahui setiap permasalahan yang ada diperusahaan baik yang berasal dari dalam perusahaan maupun diluar perusahaan. Hal ini merupakan salah satu cara untuk menghindari kesalahpahaman antara publik perusahaan dan pihak manajemen perusahaan itu sendiri. Untuk itu Humas bersama-sama dengan bagian lainnya saling berhubungan dalam upaya menjalin hubungan yang harmonis dengan publiknya. Baik untuk hubungan dengan masyarakat sekitar, hubungan dengan pemerintah, hubungan dengan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dan hubungan dengan universitas maupun menjalin hubungan yang baik dengan karyawan

Seperti pada yang dilakukan Humas PT. Petrokimia Gresik. Humas menjalin hubungan dengan masyarakat sekitar antara lain dengan mensosialisasikan program Humas, mengadakan diskusi/ dialog dengan masyarakat, membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, memberikan bantuan sarana dan parasaran umum kepada masyarakat sekitar dan sebagainya. Menjaln hubungan dengan LSM mengandung pengertian bahwa peranan LSM dalam mempengaruhi masyarakat sangat kuat, untuk itu dipandang perlu untuk menjalin hubungan dan kerja sama dengan LSM. Kerja sama yang pernah dilaksanakan seperti dengan mengadakan

kegiatan sosialisasi dan dialog dengan masyarakat. Dengan menjalin

hubungan dan kerja sama ini, timbul saling pengertian dan hubungan kemitraan yang baik. Menjaga hubungan yang baik dengan pemerintah sangat penting seperti berkerja sama dengan pusat statistic pemerintah baik kota maupun kabupaten yang menyediakan data-data mengenai jumlah pertumbuhan ekonomi masyarakat saat ini. Dan menjalin hubungan baik dengan Universitas dengan mengadakan seminar tentang CSR di berbagai Universitas.

Pada PT.Petrokimia Gresik dalam tanggung jawab sosial perusahaan diwujudkan dalam program *community development* yang melibatkan bagian Humas dan tim *community development* itu sendiri. Fungsi PR itu sendiri secara umum menurut *Cutlip,Center* dan *Broom*, seperti yang dikutip oleh Ngurah Putra, dibedakan menjadi dua yaitu fungsi manajemen (*operating concept of administration*) dan fungsi komunikasi (*specialized staff function serving administrator*). (Putra,1999:8-10)

Dalam penentuan kebijakan program tanggung jawab, manajemen mempercayakan kepada Humas untuk bertanggung jawab terhadap setiap program sesuai dengan keahlian dibidangnya yaitu kehumasan. Humas bertugas ikut dalam merencanakan program, mengkomunikasikan program dan mengevaluasi program serta menganalisa opini, sikap dan perilaku masyarakat Hal ini berarti pada tingkat keterlibatan Humas PT. Petrokimia Gresik dalam proses kebijakan sangat tinggi. Walaupun pada proses pembuatan kebijakan di tingkat manajemen Humas hanya dilibatkan pada kasus-kasus tertentu terutama yang berhubungan dengan program

3.1.1.1. *Community Development* atau kegiatan manajemen membuat kebijakan bagian Humas

bertugas untuk mensosialisasikan dan mendokumentasikan kebijakan kepada publiknya. Selain itu Humas menjadi pusat informasi kepada pihak manajemen mengenai tanggapan publik terhadap perusahaan untuk menjadi tolak ukur perusahaan.

Selain itu fungsi Komunikasi yang dijalankan oleh Humas PT. Petrokimia Gresik adalah sebagai pihak yang melakukan komunikasi dengan publiknya, baik melalui media seperti surat kabar dan juga berdialog interaktif bekerja sama dengan radio swasta maupun melalui penyelenggaraan acara/ kegiatan-kegiatan tertentu (dialog dan diskusi dengan tokoh masyarakat, tokoh agama, pemerintah dan LSM). Sehingga dapat dikatakan Humas PT. Petrokimia Gresik dapat menjalankan fungsinya baik fungsi manajemen maupun fungsi komunikasi

## **2. *Community Development* PT. Petrokimia Gresik sebagai bentuk *Corporate Sosial Responsibility*(CSR)**

Berdasarkan pada definisi dan konsep tanggung jawab social yang dikemukakan oleh *Griffin* dan *Ebert*, yaitu suatu usaha bisnis untuk mengembangkan komitmennya terhadap kelompok dan individu dalam lingkungannya, termasuk konsumen, bisnis lain, karyawan dan investor (*Griffin & Ebert*, 1996:123). Maka setiap program yang dijalankan PT. Petrokimia Gresik termasuk *Community Development*, tentulah dapat dikatakan sebagai wujud tanggung jawab social perusahaan. Selain itu *Griffin* dan *Ebert* juga membagi konsep tanggung jawab social perusahaan ini menjadi empat bagian, yaitu tanggung jawab terhadap lingkungan, tanggung jawab terhadap konsumen, tanggung jawab terhadap karyawan dan tanggung jawab terhadap pemilik modal.

Dari konsep diatas, maka PT. Petrokimia Gresik telah berusaha memaksimalkan keempat tanggung jawab sosial yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan. Tanggung jawab terhadap lingkungan telah diwujudkan melalui program *Community Development* yang telah dijalankan sejak awal perusahaan berdiri. Program-program yang telah dijalankan diantaranya adalah kegiatan dibidang pendidikan atau pelatihan, meliputi pelatihan dibidang otomotif, pelatihan dibidang las listrik, pemberian beasiswa pelajar SD, SMP, SMU, dan lainnya. Kegiatan dibidang pembangunan sarana dan prasarana umum, diantaranya adalah pembangunan dan perbaikan sarana jalan dan jembatan, bantuan sarana dan

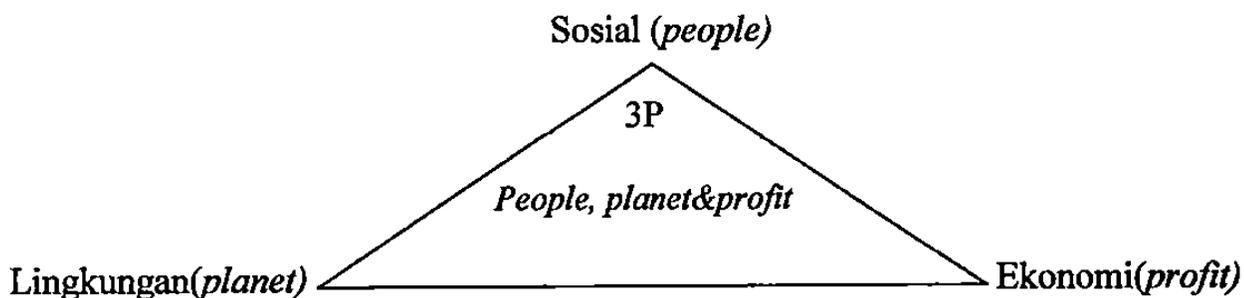
lebih banyak kegiatan sosial, seperti beasiswa, dan bantuan sarana ibadah

Kegiatan dibidang kesehatan masyarakat, diantaranya khitanan massal, pengobatan gratis, tersedianya mobil pelayanan kesehatan keliling gratis. Kegiatan pembangunan sarana ibadah, diantaranya perbaikan dan pembangunan rumah ibadah, pesantren, pengadaan perlengkapan ibadah dan bantuan dana untuk menunjang pelaksanaan kegiatan-kegiatan keagamaan. Kemudian tanggung jawab terhadap konsumen diwujudkan dengan upaya PT. Petrokimia Gresik dalam menjaga kestabilan produksi pupuk serta melakukan pendistribusian yang baik, sehingga konsumen perusahaan dapat terus mempertahankan loyalitas terhadap produk yang dihasilkan oleh Petrokimia Gresik. Tanggung jawab terhadap publik internal perusahaan dalam hal ini karyawan, diwujudkan melalui adanya pelayanan kesehatan bagi karyawan beserta keluarga mereka, penyediaan tempat tinggal, tunjangan pensiun dan berbagai pelayanan yang dapat memuaskan publik internal perusahaan tersebut. Tanggung jawab kepada pemilik modal dilakukan dengan menghindari perdagangan orang dalam dan penyimpanan laporan keuangan.

Menurut *Stephen P Robin* dan *Mary Coulter*, tanggung jawab social lebih dari sekedar memenuhi standar ekonomi dan hukum (Robin & Coulter, 1999: 138), ini didasari oleh asumsi bisnis sebagai pelaku moral. Maka tanggung jawab social adalah kewajiban sutau perusahaan bisnis, diluar kewajiban yang dituntut oleh hukum dan ekonomi untuk mengejar sasaran jangka panjang yang baik bagi masyarakat. Mereka mendefinisikan tanggung jawab social perusahaan ke dalam dua pandangan, yaitu pandangan klasik dan pandangan social ekonomi. Seperti yang

diungkapkan dalam pandangan klasik, CSR digunakan sebagai pencarian

keuntungan atau laba secara maksimal. Pandangan ini didukung oleh ahli ekonomi Milton Friedman dimana ia berpendapat bahwa sasaran yang utama adalah memaksimalkan keuntungan bagi manfaat pemegang saham (Williams, 2001: 117). Namun tidak dengan PT. Petrokimia Gresik, PT. Pertokimia Gresik mempunyai komitmen tinggi untuk menjalankan perusahaan berdasarkan prinsip "3P" yaitu; *Profit, People, dan Planet*. Ketiga prinsip ini disebut *Triple Bottom Line*. John Elkington mempopulerkan istilah tersebut kepada perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah memperhatikan "3P". Selain mengejar *profit*, perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Hubungan ini diilustrasikan dalam bentuk segi tiga sebagai berikut (Wibisono,2007: 32)



Dari segi tiga diatas dapat dilihat bahwa perusahaan harus mendahulukan kepentingan masyarakat (*People*), kemudian lingkungan (*planet*), dimana perusahaan harus peduli dengan lingkungan sekitar, dan setelah itu keuntungan

*(Profit)* yang merupakan unsur terpenting untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Begitu juga dengan PT. Petrokimia Gresik, bahwa PT. Petrokimia Gresik menciptakan laba (*profit*) secara berkelanjutan diperlukan kesejahteraan ekonomi perusahaan dan masyarakat kemudian meningkatkan kinerja PT. Petrokimia Gresik jangka panjang melalui sumber daya manusia (*People*) baik karyawan maupun masyarakat sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Menurut Yusuf Wibisono di halaman 33, bahwa masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu *Stakeholders* penting bagi perusahaan karena dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan, maka sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan lingkungan masyarakat, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Selain itu PT. Petrokimia Gresik memiliki komitmen untuk menjaga lingkungan (*Planet*) dengan melaksanakan tanggung jawab lingkungan yang sejalan dengan karakteristik bisnis Petrokimia. Hubungan perusahaan dengan lingkungannya (masyarakat sekitar) adalah hubungan sebab akibat, dimana jika perusahaan merawat lingkungan, maka lingkungan pun akan memberikan manfaat kepada perusahaan. Sebaliknya jika perusahaan merusaknya, maka perusahaan akan menerima akibatnya.

Dengan menyadari pentingnya publik atau masyarakat bagi perusahaan, berarti CSR PT. Petrokimia Gresik menganut pandangan sosial ekonomi yang

lingkungan (Luhur, 2011). St. Lee, P. Bakis, dan Mary Gaulton. Pandangan ini menyatakan

bahwa perusahaan bukanlah suatu badan yang mandiri dan hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, namun juga memiliki tanggung jawab kepada masyarakat luas. Dikatakan bahwa memaksimalkan laba adalah hal kedua perusahaan, bukan merupakan prioritas pertamanya. Dan prioritas pertamanya adalah menjamin kelangsungan hidupnya. Ini berarti CSR tidak jauh melampaui dari sekedar merapu keuntungan/ laba, melainkan juga mencakup, melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Tanggung jawab sosial yang dilakukan PT. Petrokimia Gresik diwujudkan dalam peran aktif perusahaan yang berupaya membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menciptakan hubungan yang harmonis dengan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dengan terjalinnya kemitraan antara Humas maupun Biro KBL dengan masyarakat. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan seperti pada pemberian pinjaman modal kerja atau usaha, pelatihan, bantuan pendidikan seperti beasiswa, bantuan korban bencana alam, bantuan dalam peningkatan kesehatan seperti khitanan umum dan pengobatan gratis serta peningkatan sarana prasarana umum dan ibadah yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat guna memberikan manfaat kepada masyarakat dan meningkatkan kualitas kehidupan agar menjadi lebih baik. Hal ini sesuai menurut Arief Budimanta (2003: 4) yang mana *community development* adalah kegiatan yang diarahkan untuk memperbesar akses

Seperti halnya *Hess* dan *Siciliano* yang menekankan perlunya hukum dan peraturan yang jelas dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, yang ditunjang pengawasannya oleh badan/ organisasi lain. Oleh karena itu, PKBL PT. Petrokimia Gresik dilaksanakan sesuai dengan peraturan yang berlaku yaitu Surat Keputusan Menteri Negara BUMN No. S-366/M-MBU/2002, tanggal 6 Mei 2002 perihal Program Bina Lingkungan, Keputusan Menteri BUMN No. Kep-236/MBU/2003 tanggal 17 Juni 2003 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, Arahan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) PT. Petrokimia Gresik, Misi Perusahaan PT. Petrokimia Gresik :“....berperan aktif dalam Community Development....”, SK Direksi PT. Petrokimia Gresik No. 097/05/TU.04.02/30/SK/2002, tanggal 15 Mei 2002 tentang Susunan dan Tugas Pelaksana Program Bina Lingkungan PT. Petrokimia Gresik, Surat Edaran Menteri BUMN, No. SE.433/MBU/2003 tentang petunjuk pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, Prosedur Pelaksanaan Program Bina Lingkungan PR-02-1045

Menurut Yusuf Wibisono, implementasi program CSR dikelola berdasarkan tiga pola; 1) Program Sentralisasi, 2) Program Desentralisasi, dan 3) Program Kombinasi. Program *Community Development* yang terdiri dari program Kemitraan dan Bina Lingkungan merupakan wujud dari CSR PT. Petrokimia Gresik. Program Kemitraan PT Petrokia Gresik dikelola sebagai program sentralisasi, dimana PT. Petrokimia sebagai pelaksana atau penyelenggara utama kegiatan. Begitupun tempat,

kegiatan dilaksanakan di awal perusahaan. Sedangkan Program Bina Lingkungan

dikelola berdasarkan program desentralisasi. Dapat dikatakan program desentralisasi karena kegiatan dilaksanakan diluar area PT. Petrokimia Gresik. PT. Petrokimia Gresik berperan sebagai pendukung kegiatan tersebut baik bantuan dana, material, sponsorship.

Implementasi CSR pada perusahaan menurut Yusuf Wibisono, dapat dikategorikan menjadi empat peringkat yaitu, peringkat hitam, merah, biru, dan hijau (yusuf wibisono, 2007 :65-67). *Community Development* wujud CSR PT.Petrokimia Gresik dikategorikan pada peringkat Biru, dimana perusahaan yang berperingkat biru menganggap praktik CSR akan memberi dampak positif terhadap usahanya. Antusiasme dari para warga yang mengajukan proposal dapat dipegang sebagai bukti atas positif PT. Petrokimia dimata masyarakat Gresik.