

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

PERTAMINA adalah perusahaan minyak dan gas bumi yang dimiliki Pemerintah Indonesia (National Oil Company), yang berdiri sejak tanggal 10 Desember 1957 dengan nama PT. Pertamina. Pada tahun 1961 perusahaan ini berganti nama menjadi PN Pertamina dan setelah merger dengan PN Pertamina di tahun 1968 namanya berubah menjadi PN. Pertamina. Dengan bergulirnya Undang-Undang No. 8 tahun 1971 sebutan perusahaan menjadi PERTAMINA. Sebutan ini tetap dipakai setelah PERTAMINA berubah status hukumnya menjadi PT. PERTAMINA (PERSERO) pada tanggal 17 September 2003 berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 2001 pada tanggal 23 November 2001 tentang minyak dan gas bumi.

Pertamina menggunakan landasan yang kokoh dalam melaksanakan kiprahnya untuk mewujudkan visi dan misi perusahaan dengan menerapkan Tata Kelola perusahaan yang sesuai dengan standar global best practice, serta dengan mengusung tata nilai korporat yang telah dimiliki dan dipahami oleh seluruh unsure perusahaan, yaitu *Clean, Competitive, Confident, Customer-focused, Commercial dan Capable*. Seiring dengan itu Pertamina juga senantiasa menjalankan program social dan lingkungannya secara terprogram dan terstruktur, sebagai perwujudan dari kepedulian serta tanggung jawab perusahaan terhadap seluruh stakeholder-nya.

Aktivitas eksplorasi dan produksi panas bumi oleh Pertamina sepenuhnya dilakukan di dalam negeri dan ditujuka untuk mendukung

program pemerintah menyediakan 10.000 Mega Watt (MW) listrik tahap kedua. Disamping itu Pertamina mengembangkan CBM atau juga dikenal dengan gas metana batubara (GMB) dalam rangka mendukung program diversifikasi sumber energy serta peningkatan pasokan gas nasional pemerintah.

Potensi cadangan gas metana Indonesia yang besar dikelola secara serius yang dimana ssaat ini Pertamina telah memiliki 6 Production Sharing Contract (PSC)-CBM.

1.1.2 Logo Perusahaan

Gambar 1.1
Logo PT. Pertamina



Sumber : www.pertamina.com (diakses pada 16 Oktober 2012)

Elemen logo membentuk *huruf "P"* yang secara keseluruhan merupakan representasi bentuk panah, dimaksudkan sebagai Pertamina yang bergerak maju dan progresif. Warna- warna yang berani

menunjukkan langkah besar yang diambil Pertamina dan aspirasi perusahaan akan masa depan yang lebih positif dan dinamis.

- a. *Biru* mencerminkan andal, dapat dipercaya, dan bertanggung jawab.
- b. *Hijau* mencerminkan sumber daya energy yang berwawasan lingkungan .
- c. *Merah* mencerminkan Keuletan dan ketegasan serta keberanian dalam meghadapi berbagai macam kesulitan.

Dilihat dari segi materi *abstractionnya*, logo PERTAMINA mengandung beberapa konsep. Pertama logo ini mengandung konsep *Repetition* yang berarti bahwa terdapat perulangan object(belah ketupat) sebanyak 3 buah dengan menggunakan warna dasar yang menarik. Kedua, logo ini juga mengandung konsep *Type Combination* karena terdapat tulisan PERTAMINA yang dapat mempertegas logo tersebut.

1.2 Latar Belakang Masalah

Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau sering kali disebut sebagai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan telah banyak disampaikan oleh para pakar maupun lembaga internasional. McWilliams dan Siegel (dalam Tirta *et al* 2011:23) mendefinisikan CSR sebagai serangkaian tindakan perusahaan yang muncul untuk meningkatkan produk sosialnya, memperluas jangkauannya melebihi kepentingan ekonomi eksplisit perusahaan, dengan pertimbangan tindakan semacam ini tidak disyaratkan oleh peraturan hukum. Adapun Magnan dan Ferrel (2004) dalam Tirta *et al* (2011:23) mengartikan sebagai perilaku bisnis, di mana pengambilan keputusannya

mempertimbangkan tanggung jawab sosial dan memberikan perhatian secara lebih seimbang terhadap kepentingan *stakeholder* yang beragam.

Dalam bukunya, *Cannibal with Forks: The Triple Bottom Line of 21 Century Bussiness* (1997), John Elkington mengemukakan bahwa perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya akan memberikan perhatian kepada kemajuan masyarakat, khususnya komunitas sekitar (*people*), serta lingkungan hidup/bumi (*planet*) dan peningkatan kualitas perusahaan (*profit*).

Sementara itu, berbagai lembaga bertaraf internasional pun turut memberikan pemikirannya. Misalnya, *The World Bussiness Council for Sustainable Development* (WBSCD) mendefinisikan CSR sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi berlanjutan, bekerja bersama dengan para pekerja, keluarga mereka, dan komunitas lokal.

Di Indonesia, penerapan CSR telah ada sejak tahun 1990-an. Namun hingga saat ini perkembangan CSR masih membutuhkan banyak perhatian semua pihak baik pemerintah masyarakat luas maupun perusahaan. CSR di Indonesia telah diatur dalam UU No 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Dalam UU No. 49 Tahun 2007, pasa 74 ayat (1) menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

CSR diatur dalam peraturan Menteri BUMN Nomor:PER-01/MBU/2011 tentang Penerapan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik atau sering kita sebut *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* (GCG) Pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) , yang disahkan pada 1 Agustus 2011. Pasal 4 menyatakan :

1. mengoptimalkan nilai BUMN agar perusahaan memiliki daya saing yang kuat, baik secara nasional maupun internasional, sehingga mampu mempertahankan keberadaannya dan hidup berkelanjutan untuk mencapai maksud dan tujuan BUMN;
2. mendorong pengelolaan BUMN secara profesional, efisien, dan efektif, serta memberdayakan fungsi dan meningkatkan kemandirian Organ Persero/Organ Perum;
3. mendorong agar Organ Persero/Organ Perum dalam membuat keputusan dan menjalankan tindakan dilandasi nilai moral yang tinggi dan kepatuhan terhadap peraturan perundangundangan, serta kesadaran akan adanya tanggung jawab sosial BUMN terhadap Pemangku Kepentingan maupun kelestarian lingkungan di sekitar BUMN;
4. meningkatkan kontribusi BUMN dalam perekonomian nasional;
5. meningkatkan iklim yang kondusif bagi perkembangan investasi nasional.

Sebagai perusahaan energi nasional, Pertamina senantiasa menjunjung tinggi etika pengelolaan bisnis yang bertanggung jawab baik secara fisik maupun sosial. Seiring aktivitas pengelolaan bisnisnya, Pertamina melakukan program-program pengembangan dan pelibatan masyarakat, yang dikenal dengan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan atau *Community Involvement & Development (CID)*. Sepanjang tahun 2011 tidak kurang dari 473.000 penerima manfaat telah terlibat dalam program CSR Pertamina. Sebagian besar dari penerima manfaat tersebut adalah warga masyarakat yang berada dilokasi terdekat dengan setiap wilayah operasional Pertamina di seluruh Indonesia.

Gambar 1.2

Nilai Realisasi CSR per Bidang tahun 2011 (Rp juta)

PENDIDIKAN EDUCATION	KESEHATAN HEALTH	LINGKUNGAN ENVIRONMENT	PEMBERDAYAAN DAN PERTAMINA PEDULI BENCANA EMPOWERMENT AND PERTAMINA CARE PROGRAM FOR NATURAL DISASTERS	SENI, BUDAYA & OLAHRAGA ART, CULTURE & SPORT
41,112	15,428	10,092	15,537	18,634*

* Termasuk realisasi dalam denominasi US\$ (1US\$ = Rp 9.000) * Includes the realization in US\$ denomination (1US\$ = Rp 9,000)

Sumber : Laporan Tahunan Pertamina 2011

Sesuai visi CSR Pertamina yaitu “Menuju Kehidupan yang Lebih Baik”, program-program tersebut diselaraskan dengan tujuan pembangunan *Millenium Development Goals* (MDGs). Pertamina memprioritaskan segala upaya untuk mewujudkan hal ini, dimana berbagai upaya tersebut sekaligus dapat membantu masyarakat dan pemerintah di sekitar unit operasi Pertamina dalam memecahkan permasalahan sosial dan lingkungan. Adapun tujuan dari CSR Pertamina sendiri baik secara eksternal maupun internal, tujuan secara eksternal adalah membantu pemerintah Indonesia memperbaiki Indeks Pengembangan Manusia (IPM) Indonesia, melalui pelaksanaan program-program yang membantu pencapaian target pembangunan millenium MDGs. Sedangkan secara internal adalah membangun hubungan yang harmonis dan kondusif dengan semua pemangku kepentingan (*stakeholder*) untuk mendukung pencapaian tujuan korporasi terutama dalam membangun reputasi korporasi.

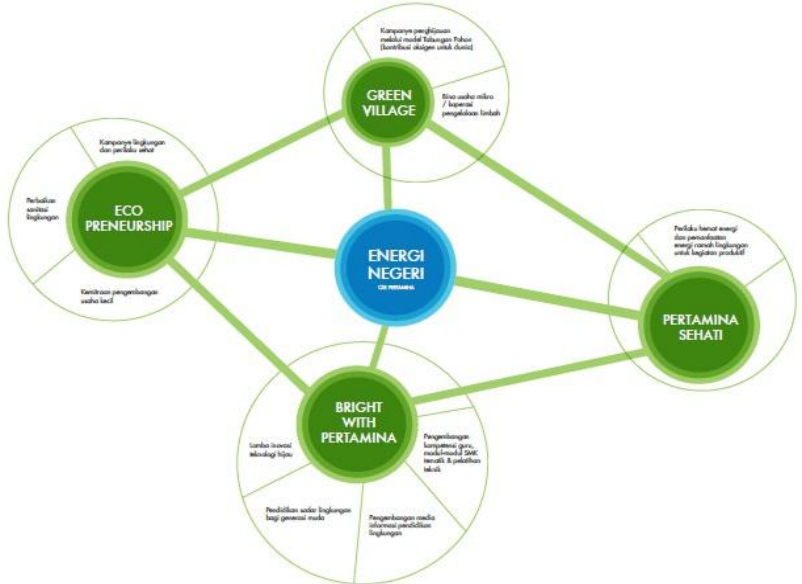
CSR adalah komitmen Pertamina sebagai asset nasional untuk turut memajukan masyarakat Indonesia. Semangat pemberdayaan masyarakat yang telah berlangsung seiring berdirinya perusahaan ini adalah komitmen untuk memberikan nilai tambah lebih terhadap

masyarakat Indonesia. Program CSR diselaraskan dengan kebutuhan komunitas di sekitar wilayah operasi Pertamina, sebagai salah satu *stakeholder* penting, sekaligus untuk mendukung keberhasilan bisnis Pertamina secara berkelanjutan. Dalam pengembangan CSR Pertamina telah disusun 5 kriteria untuk mencapai efektifitas pelaksanaan CSR di seluruh wilayah operasi perusahaan. Kriteria tersebut mencakup kepentingan bersama antara pemerintah, komunitas dan perusahaan, yaitu :

1. Bermanfaat
2. Berkelanjutan
3. Dekat wilayah Operasi
4. Publikasi
5. Mendukung PROPER

Pertamina melaksanakan CSR Pertamina di seluruh wilayah operasi melalui 4 inisiatif strategi; yaitu pendidikan, kesehatan, lingkungan, serta infrastruktur dan peduli bencana. Atau dalam istilah lainnya adalah *Green Village, Ecopreneurship, Smart and Bright withs Pertamina dan Pertamina Sehati*. Prioritas penerima manfaat adalah komunitas terdekat sekitar wilayah operasi, baik aktifitas hulu maupun hilir Pertamina di seluruh Indonesia.

Gambar 1.3
4 Inisiatif Strategi



Sumber : Laporan Tahunan Pertamina 2011

1. Green Village :
 - Kampanye Penghijauan melalui model Tabungan Pohon (kontribusi oksigen untuk dunia).
 - Bina Usaha Mikro / koperasi pengelolaan limbah.
2. Ecopreneurship :
 - Kampanye lingkungan dan perilaku sehat
 - Perbaikan sanitasi lingkungan
 - Kemitraan pengembangan usaha kecil
3. Smart & Bright with Pertamina
 - Lomba inovasi teknologi hijau
 - Pendidikan sadar lingkungan bagi generasi muda

- Pengembangan media informasi pendidikan lingkungan.
 - Pengembangan kompetensi guru, modul-modul SMK tematik dan pelatihan teknik.
4. Pertamina Sehati :
- Perilaku hemat energi dan pemanfaatan energi ramah lingkungan untuk kegiatan produktif.

Kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Pertamina pada tahun 2011 dilaksanakan melalui sejumlah program, antara lain :

Peningkatan Kualitas Pendidikan (Bright With Pertamina)

1. Peningkatan fasilitas, pembangunan sarana dan prasarana pendidikan dasar di Aceh Besar, Lirik, Balikpapan, Sulawesi dan Palembang.
2. Pembangunan sarana pendidikan tinggi; laboratorium di UI, UNIMED, USU, UNSRAT, UNAIR, UNJAM.
3. Program beasiswa SD, SMP, SMA, di Madura, Padang, Bunyu, serta bagi keluarga mantan penyandang kusta.
4. Program pendidikan seni budaya di Medan.
5. Olimpiade Sains Pertamina di 33 provinsi.
6. Olimpiade Matematika MGMP Matematika SD se DKI Jakarta.
7. Pemberdayaan PAUD di Pangkalan Susu dan Semarang.
8. Pelatihan Guru SD di Medan dan Guru SD, SMP, SMA di Banjarmasin.
9. Pelatihan Mekanik Sepeda Motor Bagi Mahasiswa Politeknik Pratama Mulia di POLITAMA Surakarta.
10. Pertamina Youth Program di Jatim dan Balinus.

11. Pertamina Goes To Campuss di Universitas Mataram – NTB dan di Universitas Patimura – Ambon.
12. Bantuan Lab Komputer Sekolah.
13. Bantuan Perpustakaan Sekolah.

Pemberdayaan Kesehatan Masyarakat

1. Pertamina Sehati dan taman baca Pertamina di Semarang, Plaju dan Surabaya.
2. Bantuan kesehatan operasi jantung anak.
3. Bantuan operasi cacat wajah anak.
4. Program Clino Gigi di Surabaya, Jakarta, NTB, Makassar, Cepu, Kamojang, Plaju dan Pangkalan Susu.
5. Program *Screening* Paru di Makassar.
6. Program bantuan kacamata di Papua.
7. Bantuan dan pelatihan penyuluhan incubator di Riau dan Karawang.
8. Bantuan *Ambulance*.
9. Bantuan operasi kesehatan mata di Semarang.

Peningkatan Kualitas Lingkungan Hidup

1. Penanaman 2.500 bibit kakao di Kabupaten Ende.
2. Penanaman pohon di Bukit Tanggamus – Lampung.
3. Pelestarian hutan mangrove di Semarang, Cilacap, Mundu dan Teluk Jakarta.
4. Penghijauan dan penanaman bibit pohon di Muaro Jambi, Merapi, Pangrango dan Tangerang Selatan.
5. Konservasi terumbu karang di Gili Trawangan.

6. Program Kali Bersih, Satu Aksi untuk Ciliwung (Jakarta) dan Sungai Citarum Bandung.
7. Pertamina *Green Festival* di Bandung, Surabaya dan Jakarta.
8. Program Kampung Iklim di Cilacap.
9. Desa Binaan pengelolaan sampah di Medan, Teluk Jakarta, Bali, Surabaya.
10. Menabung 100 Juta Pohon di Kamojang.
11. Kompetisi lingkungan sekolah - Pertamina *Green Act*.
12. Program pengelolaan sampah - Patraganik Plaju.

Peningkatan Infrastruktur Dan Pemberdayaan Masyarakat

1. Bantuan perbaikan Space Frame Plaza Graha WidyaPatra (Gawitra).
2. Bantuan Sumur Artesis.
3. Bantuan Mobil Pemadam Kebakaran.
4. Program air bersih Desa Majakerta.
5. Pemberdayaan Masyarakat di Kabupaten Sukoharjo.
6. Pemberdayaan Masyarakat Petani Pandeglang.
7. Pemberdayaan Masyarakat Biereun.
8. Pendampingan Program Pelatihan 3R dan Pembudidayaan kepiting soka untuk masyarakat Lenteng Agung dan Kapuk Muara.
9. Pemberdayaan pengolahan jamur tiram dan jamur merang di Muara Enim, Cilacap dan Karawang

Sebagai apresiasi atas program tanggung jawab social dan lingkungan yang dilaksanakan Pertamina, berbagai lembaga eksternal telah memberikan penghargaan pada tahun 2011, salah satunya adalah

penghargaan *Social Empowerment* untuk program CSR Bright with Pertamina pada ajang *Asia Responsible Entrepreneurship Awards* (AREA) Southeast Asia 2011 yang di selenggarakan oleh Enterprise (Laporan Tahunan Pertamina : 2011).

Sebagai wujud kepedulian PT Pertamina terhadap dunia pendidikan dan kesehatan anak didik khususnya di Cilacap, melalui program CSR Pertamina menyalurkan bantuan "*Smart and Bright with Pertamina Tahun 2012*" untuk siswa-siswi dan mahasiswa berprestasi di Cilacap.

Bantuan berupa 1.976 kacamata kesehatan dan sarana penunjang pendidikan (Seragam Sekolah, sepatu, tas sekolah dan perlengkapan sekolah lainnya) untuk 581 anak didik tersebut secara simbolis diserahkan langsung oleh General Manager Pertamina RU IV kepada Bupati Cilacap, selanjutnya diteruskan kepada siswa-siswi dan mahasiswa penerima bantuan.

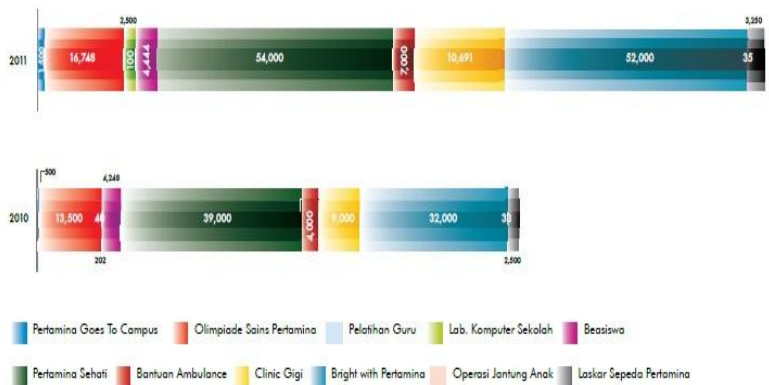
Maksud dan tujuan dari bantuan CSR Smart and Bright with Pertamina ini sebagaimana diungkapkan General Manager Pertamina RU IV, selain mendukung program pemerintah wajib belajar 9 tahun bahkan ke depannya akan digalakkan wajib belajar 12 tahun, juga merupakan wujud kepedulian Pertamina terhadap dunia pendidikan khususnya di Cilacap untuk membantu masalah kesehatan mata siswa dan diharapkan dapat pula memacu prestasi belajar siswa.

Sesuai target MDGs, yaitu mencapai pendidikan dasar untuk semua pada tahun 2015 anak Indonesia dapat menyelesaikan pendidikan dasar, Pertamina sebagai perusahaan energi kelas dunia yang menuju *center of excellence* juga berkomitmen untuk meningkatkan sumber daya manusia masyarakat lingkungannya.

Kegiatan CSR Smart & Bright with Pertamina ini dimulai dengan pemeriksaan mata 144.651 siswa-siswi yang diadakan oleh Pertamina ke 501 sekolah di 33 kota di Indonesia. Dari 13.000 lebih siswa-siswi yang diperiksa kesehatannya di Cilacap terdapat 1.976 siswa-siswi yang kesehatan matanya bermasalah dari 64 sekolah. Bantuan kacamata yang sama juga dilakukan Pertamina sebelumnya tahun 2009 untuk 11.000 siswa siswi, 1.000 diantaranya didistribusikan untuk siswa-siswi di Cilacap.

Masyarakat memegang peran penting dalam menjaga eksistensi sebuah perusahaan dalam dunia bisnis, terutama bagi perusahaan – perusahaan seperti PT. Pertamina yang memiliki keterkaitan erat dengan masyarakat. Baik masyarakat dalam posisinya sebagai *primary stakeholder* maupun *secondary stakeholder*.

Gambar 1.4
Penerima Manfaat CSR



Sumber: Laporan Tahunan Pertamina 2011

Sebelum adanya Program “*Smart & Bright with Pertamina*” ini, berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan dari masyarakat setempat, banyak siswa-siswi yang terganggu dalam proses belajar karena matanya yang bermasalah. Melalui bantuan kesehatan dan pendidikan ini, Pertamina berharap dapat meningkatkan kualitas kesehatan dan pendidikan, yang diharapkan dapat memicu semangat belajar siswa-siswi khususnya di wilayah Cilacap, sehingga putra daerah ini dapat pula diandalkan membangun daerahnya dan menjadi kebanggaan bangsa dan Negara.

CSR sebagai perwujudan kepedulian sosial perusahaan merupakan hal yang sangat penting dalam menjembatani hubungan antara perusahaan dan masyarakat, dan dengan di terapkannya konsep yang jelas dan tepat sasaran dapat menimbulkan opini positif publik yang nantinya akan meningkatkan *corporate image*. Hal inilah yang melatarbelakangi penelitian mengenai “Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility (CSR) Smart & Bright with Pertamina* Terhadap *Corporate Image* PT. Pertamina RU IV Cilacap (studi kasus Masyarakat Kelurahan Lomanis, Cilacap)”.

1.3 Perumusan Masalah

Bedasarkan fenomena yang telah dituangkan dalam sub-bab 1.2 dan didukung dengan teori-teori serta dilengkapi dengan data dan fakta yang ada, maka dibuatlah rumusan masalah dalam penelitian ini. Adapun perumusan masalah didalam penelitian ini, antara lain:

1. Seberapa besar penerapan “*Smart & Bright with Pertamina*” dalam mendukung *Corporate Social Responsibility* pada PT. Pertamina RU IV Cilacap?

2. Bagaimana *corporate image* PT. Pertamina dari sudut pandang penerima beasiswa di sekitar Perusahaan PT. Pertamina RU IV Cilacap ?
3. Seberapa besar pengaruh program *corporate social responsibility* “Smart & Bright with Pertamina” di Cilacap terhadap *corporate image* PT. Pertamina RU IV Cilacap ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian harus mampu menjawab rumusan masalah di atas. Adapun tujuan dari penelitian ini, antara lain:

1. Untuk mengetahui seberapa besar penerapan kegiatan “Smart & Bright with Pertamina” dalam mendukung *Corporate Social Responsibility* pada PT. Pertamina RU IV Cilacap.
2. Untuk mengetahui *corporate image* PT. Pertamina dari sudut pandang penerima beasiswa di sekitar Perusahaan PT. Pertamina RU IV Cilacap.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh program *corporate social responsibility* “Smart & Bright with Pertamina” di Cilacap terhadap *corporate image* PT. Pertamina RU IV Cilacap.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya. Kegunaan dari penelitian ini diantaranya :

1. Kegunaan Akademis
Menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai CSR yang sesuai dengan realita yang terjadi di masyarakat secara umum serta memberikan pengalaman nyata dan

pengetahuan di bidang manajerial tentang ilmu dan teori – teori yang diperoleh selama perkuliahan .

2. Kegunaan Praktis

Memberikan informasi kepada PT. Pertamina RU IV Cilacap dalam pengukuran *corporate image* di mata masyarakat , sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam menjalankan strategi usahanya.

3. Kegunaan Umum

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi penelitian lanjutan atau penelitian yang sejenis.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan.

1. BAB I PENDAHULUAN, pada bab 1 berisi mengenai profil perusahaan, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.
2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN, pada bab II berisi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan ruang lingkup penelitian.
3. BAB III METODE PENELITIAN, pada bab III berisi mengenai jenis penelitian, variabel operasional dan skala pengukuran , data dan tehnik pengumpulan , tehnik sampling , analisis data , dan pengujian hipotesis .
4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, pada bab IV dijelaskan mengenai hasil penelitian yang diperoleh serta pembahasan mengenai analisis dari hasil penelitian .

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN, pada bab V berisi mengenai kesimpulan dari hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, saran yang diberikan bersifat akademis dan saran bersifat praktis.