

**STRATEGI DEPARTEMEN CSR DALAM PROGRAM CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT. PUPUK SRIWIDJAJA
PALEMBANG**

Muhammad Randicha Hamandia, Sri Haryani

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

(mrandichahamandia_uin@radenfatah.ac.id)

Abstract: This study aims to determine the implementation of the Corporate Social Responsibility (CSR) program of PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang in dealing with social problems that arise in the Kalidoni District and to find out the obstacles and supporting factors from the Corporate Social Responsibility (CSR) Program of PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang. This research is a type of qualitative descriptive research, that is, researchers collect data using observation, interview, and documentation methods. In this study, descriptive analysis only reached the level of description, namely analyzing and presenting facts systematically so that they were easier to understand and conclude. This research shows that the CSR programs of PT. Pusri Palembang in an effort to deal with social problems that arise in Kalidoni District such as water and air environmental pollution, as well as social inequality between the company and the community only lies in health and nature conservation programs.

Keywords: Strategi Departemen CSR, Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang dalam menangani masalah sosial yang timbul di Kecamatan Kalidoni dan untuk mengetahui hambatan dan faktor pendukung dari Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang. Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu Peneliti mengumpulkan data dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, deskriptif analisisnya hanya sampai taraf deskripsi yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa program-program CSR PT. Pusri Palembang dalam upaya penanganan masalah sosial yang timbul di Kecamatan Kalidoni seperti pencemaran lingkungan air dan udara, serta kesenjangan sosial antara pihak perusahaan dan masyarakat hanya terletak pada program kesehatan dan pelestarian alam.

Kata Kunci: Strategi Departemen CSR, Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

PENDAHULUAN

Berdasarkan prinsipnya perusahaan didirikan dengan tujuan agar dapat menghasilkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Usaha pokok dari suatu perusahaan merupakan aktivitas produksi yang menghasilkan produk berupa barang dan aktivitas penawaran berupa produk jasa. Garis besar suatu perusahaan adalah memperoleh keuntungan ekonomi secara maksimal dan sebisa mungkin dapat mencegah kerugian maupun menekan kerugian sekecil mungkin. Pada satu sisi harus diakui perusahaan merupakan salah satu penunjang dan penggerak perekonomian nasional. Kontribusi perusahaan dalam meningkatkan perkembangan ekonomi nasional merupakan bagian dari kontribusi positifnya. Pembentukan lapangan kerja, produk barang dan jasa yang di dapatkan dari usaha perusahaan, dan penyetoran pajak yang memberikan pendapatan bagi negara merupakan kontribusi yang dirasakan besar manfaatnya. Akan tetapi di sisi lain aktivitas perusahaan khususnya di bidang industri telah menimbulkan terjadinya masalah pada lingkungan dan tingkat perekonomian masyarakat yang berjarak dalam suatu wilayah. Keadaan ini di perparah dengan kurang ditanggapinya berbagai tuntutan masyarakat dalam permasalahan lingkungan, kesejahteraan masyarakat sekeliling, dan lain-lain oleh perusahaan. Busyra Azheri berpendapat bahwa hal ini dikarenakan kultur perusahaan yang didominasi dengan cara berpikir serta perilaku ekonomi yang hanya berorientasi keuntungan (*profit oriented*).¹

Perusahaan yang didirikan dalam suatu wilayah yang berada di tengah-tengah masyarakat untuk mendapatkan keuntungan dari hasil usaha yang dijalankan seharusnya pada saat ini bisa merubah cara berpikir tersebut. Perusahaan sebagai suatu entitas badan hukum yang memiliki tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Dalam praktiknya selama ini memiliki beberapa perusahaan yang melakukan program tanggung jawab sosial perusahaan hanya bersifat sukarela yang tidak mempunyai keterikatan yang berkelanjutan. Padahal aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan merupakan

¹ Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 3.

suatu keterikatan bersama yang berkelanjutan dari semua *stakeholders* perusahaan untuk bersama-sama bertanggung jawab terhadap permasalahan sosial.² Tanggung jawab sosial perusahaan lebih memperlihatkan perhatian perusahaan kepada kepentingan pihak-pihak secara lebih leluasa dibandingkan hanya sekedar mementingkan kepentingan perusahaan sendiri. Tanggung jawab sosial perusahaan bersangkutan dengan hubungan antara perusahaan dengan konsumen, karyawan, distributor, investor, kelompok masyarakat, pemerintah, dan juga kompetitornya. Binoto Nadapdap berpendapat bahwa secara umum tanggung jawab sosial perusahaan dibagi menjadi dua bagian yaitu ke dalam perusahaan itu sendiri (internal) contohnya terhadap karyawan dan ke luar lingkungan perusahaan (eksternal), contohnya penyediaan lapangan kerja kepada masyarakat, peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pemeliharaan lingkungan untuk generasi yang akan datang.³

Dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yaitu pada Pasal 74 ayat (1) menyebutkan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Tujuan tanggung jawab sosial perusahaan/ CSR yang diatur dalam Pasal 1 butir 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi Perseroan itu sendiri, komunitas setempat dan masyarakat pada umumnya. Tanggung jawab sosial perusahaan/ CSR juga bertujuan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan untuk mengatasi dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatan perusahaan.⁴

Perusahaan pada dasarnya didirikan untuk mendapat keuntungan dan hal tersebut merupakan tanggung jawab ekonomi dari perusahaan, tetapi keuntungan tersebut juga harus diperoleh tanpa mengorbankan masyarakat dan nilai-nilai etis.

² *Ibid.*, h. 5.

³ Binoto Nadapdap, *Hukum Perseroan Terbatas*, (Jakarta: permata Aksara, 2012), h. 13.

⁴ Jalal, Selamat Datang ISO 26000!, lingkaran Studi CSR,

www.csrindonesia.com/data/articles/20101217084002-a.pdf, diakses tanggal 22 September 2020, pukul 15.24

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan sendiri melahirkan tantangan bagi para praktisi public relation. Melalui konsep ini, citra atau reputasi organisasi harus diupayakan agar tetap terjaga dalam membina hubungan dengan komunitas.

Komunitas sebagai salah satu publik sasaran dari kegiatan eksternal public relations yang harus diperhatikan dan dijaga keharmonisannya dengan berbagai macam kegiatan *community relations* agar terciptanya kemaslahatan kedua belah pihak. Komunitas sebagai kelompok pertama yang mengalami dampak negatif dari kegiatan suatu perusahaan, kelompok pertama pula yang mengalami pencemaran polusi udara, polusi air, polusi tanah, yang semua itu dapat membawa petaka bagi kehidupan masyarakat sekitar perusahaan atau pabrik.

Menciptakan *community relations* memiliki peranan yang sangat signifikan bagi kelangsungan hidup dan kesuksesan perusahaan tersebut. *Community relations* dapat dipandang sebagai penyedia sumber daya perusahaan, pendukung kenyamanan dan keamanan berusaha, sumber informasi bagi kemajuan usaha atau keadaan geografis keadaan wilayah tersebut, penyambung akses perusahaan. Namun tidak dapat dipungkiri bila suatu ketika dapat berubah menjadi serangan yang dapat merugikan perusahaan seperti pengerusakan, penjarahan, menteror, atau membuat segalanya menjadi tidak aman dan nyaman, dikarenakan tidak terpenuhinya keinginan komunitas.

Adapun berbagai macam *community relations* yang biasa dilakukan oleh suatu perusahaan bisnis sekaligus sebagai intitusi sosial diantaranya ialah dari segi pendidikan, perusahaan biasanya memberikan program beasiswa bagi masyarakat yang kurang mampu, memperbaiki gedung-gedung sekolah yang tidak layak, memberikan kesempatan untuk magang agar dapat mengimplementasikan, membangun taman bacaan. Dari segi ekonomi perusahaan memberikan modal untuk kegiatan UKM, memberikan kesempatan bekerja, memberi pelatihan keterampilan, dan yang tidak kalah penting ialah dari segi kesehatan dimana perusahaan memberikan pengobatan gratis, sunnat massal dan mensosialisasikan pentingnya hidup sehat dan bersih.

Melalui kegiatan *community relations*, program *Corporate Social Responsibility* bisa menjadi jawaban atas kesenjangan hubungan yang terjadi antara

perusahaan dan masyarakat disekitarnya. Chamber et.al. mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu “melakukan tindakan social (termasuk lingkungan hidup) lebih dari batas-batas yang dituntut peraturan perundang-undangan”. Natufe dengan mengutip definisi dari WBCSD (*World Business Council Sustainable Development*) menyebut tanggung jawab social perusahaan sebagai “komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki moto hidup angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas local dan masyarakat secara keseluruhan.”⁵

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah kewajiban sosial perusahaan dalam bentuk keterikatan perusahaan dalam mengenyampingkan sebagian keuntungannya untuk menunjang negara dalam memecahkan permasalahan pembangunan manusia dan memecahkan kebobrokan lingkungan secara berkelanjutan dengan bertumpuan pada etika perusahaan dan UUD 1945. Maksud penjelasan diatas adalah tanggung jawab perusahaan PT. Pusri Sriwidjaja Palembang, dalam program CSR tersebut bertujuan untuk membantu masyarakat di kota Palembang khususnya disekitar perusahaan melalui bantuan sosial dan pengembangan keterampilan. Adapun berbagai macam kegiatan CSR yang bisa dilakukan oleh suatu perusahaan bisnis sekaligus sebagai institusi sosial antaranya dari segi pendidikan, memperbaiki gedung-gedung sekolah yang tidak layak, memberikan kesempatan untuk magang agar dapat mengimplementasikan, membangun taman bacaan.

Fokus CSR PT. Pusri adalah tanggung jawab sosial perusahaan di wujudkan dalam tiga bentuk yakni: menjalin kemitraan antar para pemangku kepentingan yakni pemasok, karyawan, pelanggan, penyalur, petani, dan masyarakat lingkungan sekitar. Menjalankan pembinaan terhadap masyarakat dan perbaikan lingkungan. Melindungi serta memelihara ekosistem lingkungan unit-unit usaha perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Pusri adalah suatu bentuk perhatian maupun tanggung jawab sosial terhadap masyarakat

⁵ Yosai Iriantara, *Community Relations*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013), h. 49

sekitar lingkungan perusahaan, Implementasinya CSR PT. Pusri telah berjalan dengan baik, tetapi kenyataannya masih terdapat kelonggaran antar PT. Pusri dan masyarakat sekitar terhadap proses di lapangan. Suatu bentuk pencemaran yang terjadi yaitu bau amoniak yang dihasilkan PT. Pusri yang mengganggu pernapasan masyarakat.

Pencemaran udara dan air maupun kelonggaran sosial antara PT. Pusri dengan masyarakat yang telah berjalan bertahun-tahun yang diakibatkan adanya sebuah aktivitas-aktivitas kegiatan produksi PT. Pusri, pada hakikatnya CSR sendiri menjadi tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat sekitar Adapun peran Corporate Social Responsibility (CSR) yaitu Pendekatan sistem menunjukkan bahwa organisasi terdiri subsistem yang saling berinteraksi dan saat bersamaan berinteraksi dengan sistem yang lebih besar. Dalam konteks ini, manajemen puncak organisasi tidak bisa mengabaikan fakta bahwa upaya membangun hubungan dengan lingkungan membutuhkan keahlian tersendiri. *Community Relation* dilakukan oleh sebuah organisasi bukan sebagai pemadam kebakaran tanggungan hubungan organisasi dengan komunitasnya. *Community relations* merupakan suatu program yang berlandaskan kebijakan organisasi.⁶ Dalam penelitian ini, penulis mengangkat judul “Strategi Departemen CSR dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pusri”

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dikategorikan dalam penelitian deskriptif kualitatif. Deskriptif artinya hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa.⁷ Penelitian deskriptif kualitatif biasanya tidak dimaksudkan untuk memberikan penjelasan-penjelasan (*explanations*), mengontrol gejala-gejala komunikasi, mengemukakan prediksi-prediksi, atau menguji teori apapun, tetapi lebih dimaksudkan untuk mengemukakan gambaran atau pemahaman (*understanding*) mengenai bagaimana

⁶ Muhammad Dwi Prabowo Putra, 2016, Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Pupuk Sriwidjaja Bagi Masyarakat Kecamatan Kalidoni Palembang Sumatera Selatan, *skripsi*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga

⁷ Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 1999), h.24

dan mengapa suatu gejala atau realitas komunikasi terjadi. Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang bersumber dari hasil wawancara dengan pelaksana program, yakni pihak PT. Pupuk Pusri Sriwidjaja Palembang dan perwakilan masyarakat sebagai objek sasaran program *Corporate Social Responsibility*. Adapun sumber data sekunder ini adalah data dokumen berupa bukti, proposal, artikel, catatan, laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan dari PT. Pupuk Pusri Sriwidjaja Palembang.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model Miles and Huberman. Miles and Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/ verification*.⁸

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Departemen CSR dalam kegiatan Community Relations melalui Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang yaitu sebagai berikut:

- a. Strategi pertama yaitu melalui pendekatan kepada masyarakat khususnya masyarakat sekitar wilayah kerja sekitar perusahaan dengan cara konsultan melakukan survey terlebih dahulu ke kelurahan tersebut dan selanjutnya akan membuat program sesuai yang dibutuhkan oleh masyarakat sekitar pusri tersebut.
- b. Strategi yang kedua yaitu dengan menggunakan Metode *Social Mapping*. *Social Mapping* (Pemetaan sosial) dapat diartikan sebagai *social profiling* atau pembuatan profil suatu masyarakat. Identifikasi kelembagaan dan

⁸ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta, Prenada Media Group, 2006), h.337

individu ini dilakukan secara akademik melalui suatu penelitian lapangan, yakni mengumpulkan data secara langsung, meninterpretasikannya dan menetapkan tata hubungan antara satu dengan lain satuan sosial dalam kawasan komunitas yang diteliti. Definisi lain dari social mapping yaitu suatu proses kegiatan penggambaran masyarakat yang sistematis dan dilakukan melalui pengumpulan data dan informasi mengenai masyarakat, termasuk di dalamnya profil desa, potensi desa, hubungan kelembagaan dan aktor serta masalah sosial yang ada pada masyarakat tersebut. Dokumen ini sangat dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan sosial industri atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sebagai salah satu perusahaan pupuk di Indonesia, PT. Pupuk Sriwidjaja (Pusri) wajib memenuhi semua ketentuan yang diberlakukan di Indonesia. Salah satunya adalah ketentuan dari pemerintah untuk sama-sama ikut membangun kesejahteraan masyarakat di wilayah operasional perusahaan. Ketentuan tersebut perlu dilaksanakan agar masyarakat yang ada di wilayah perusahaan tersebut dapat turut merasakan manfaat dari hadirnya perusahaan. Selain itu, sebagai perusahaan yang mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam, PT. Pusri diberi amanat oleh UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan terbatas untuk berkomitmen melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Untuk itu sejak awal kehadirannya, PT. Pusri telah melaksanakan komitmen tersebut melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat "*Community Development*". Dalam melaksanakan pemberdayaan masyarakat dan kegiatan sosial penunjang operasi tersebut, peta sosial yang akurat dan mutakhir sangatlah dibutuhkan, khususnya di desa/kelurahan di sekitar wilayah kerja PT. Pusri agar dapat mengetahui perkembangan dinamika masyarakat yang semakin hari semakin cepat, sehingga perusahaan dapat menangkap setiap aspirasi dan harapan masyarakat, termasuk masalah-masalah mendesak yang dibutuhkan penyelesaiannya oleh masing-masing segmen masyarakat. Kegiatan social mapping turut membantu dalam merencanakan program prioritas dan alokasi sumber dalam penguatan kelompok sosial masyarakat dari

pengaruh budaya-budaya luar secara efisien, efektif dan berkelanjutan di wilayah sasaran. Kerja pemetaan sosial yang dilaksanakan pada kegiatan ini tidak hanya pada pengumpulan dan analisis data saja, tetapi sampai pada penyusunan program prioritas pengembangan masyarakat dan membuat rencana tata kelola pengembangan program *Community Development* berdasarkan pemahaman terhadap proses pemberdayaan masyarakat yang partisipatif. Adapun Metode yang digunakan dalam kegiatan social mapping diantaranya adalah metode survey formal, *indept interview* (wawancara mendalam), FGD (*Focus Group Discussion*), observasi, dan dokumentasi.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah pelaksanaan program-program CSR PT. Pusri Palembang secara umum sudah dilaksanakan berdasar ketentuan yang berlaku yakni ketentuan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas sebagai peraturan yang memayungi pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di Indonesia dan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas sebagai peraturan pelaksanaannya. Program-program CSR PT. Pusri Palembang terwujud dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat yang mencakup 7 aspek yakni pelestarian alam, pendidikan, kesehatan, ibadah (kerohanian), kemiskinan, bencana alam, dan sarana umum. Namun, pelaksanaan program CSR PT. Pusri Palembang yang dapat dikategorikan dalam upaya penanganan masalah sosial yang timbul di Kecamatan Kalidoni seperti pencemaran lingkungan air, dan udara, serta kesenjangan sosial antara pihak perusahaan dan masyarakat hanya terletak pada program kesehatan dan pelestarian alam dan masih belum menyelesaikan permasalahan utama yang ada di lingkungan masyarakat sekitar perusahaan.

REFERENSI

- Azheri, Busyra. 2012. *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta: Rajawali
- Iriantara, Yosol. 2013. *Community Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta, Prenada Media Group
- Nadapdap, Binoto. 2012. *Hukum Perseroan Terbatas*. Jakarta: permata Aksara
- Jalal, Selamat Datang ISO 26000!. 2020. lingkaran Studi CSR, www.csrindonesia.com/data/articles/20101217084002-a.pdf, diakses tanggal 22 September 2020, pukul 15.24
- Rakhmat, Jalaluddin. 1999. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung, PT Remaja Rosdakarya
- Putra, Muhammad Dwi Prabowo. 2016. Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Pupuk Sriwidjaja Bagi Masyarakat Kecamatan Kalidoni Palembang Sumatera Selatan. *Skripsi*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga