

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat PT. Shell

Tabel 1 (Perusahaan Shell)



Royal Dutch Shell plc atau lebih dikenal sebagai Shell adalah sebuah perusahaan minyak dan gas multinasional yang Berkantor pusat di Belanda dan didaftarkan di Inggris. Terbentuk karena bergabungnya Royal Dutch Petroleum dan Shell Transport dan Trading, hingga tahun 2016, Shell merupakan perusahaan terbesar ketujuh di dunia, jika dilihat dari pendapatannya, dan juga merupakan salah satu dari enam perusahaan minyak dan gas terbesar di dunia. Shell di Indonesia menjalankan aktivitas bisnisnya di sektor hulu dan hilir. Di sektor hilir, aktivitas bisnis Shell meliputi BBM, pelumas untuk industri, otomotif dan transportasi, bahan bakar untuk industri kelautan, bahan bakar komersial dan

bitumen. Di sektor hulu, Shell merupakan mitra strategis Inpex, operator Masela PSC yang meliputi lapangan gas Abadi. Kantor pusat di Indonesia berada di Jakarta. (Pada tanggal 20-27-2022)

Shell Indonesia memiliki komitmen terhadap pembangunan berkelanjutan di wilayah-wilayah dan komunitas dimana Shell melakukan aktivitas bisnisnya. Aktivitas sosial ini didorong oleh komitmen terhadap pembangunan yang berkelanjutan dan keyakinan bahwa kesuksesan bisnis jangka panjang kami akan bergantung pada kemampuan kami untuk menciptakan keseimbangan yang tepat antara pertumbuhan ekonomi, kepedulian kepada lingkungan, dan pembangunan kemasyarakatan yang merata. Dapatkan informasi lebih lanjut mengenai Program Investasi Sosial kami di Indonesia. (pada tanggal 20-11-2022)

Sebagai sebuah perusahaan global yang beroperasi di dunia yang menantang, PT. Shell menetapkan standar kinerja dan perilaku etis yang tinggi. PT. Shell dinilai dari cara bertindak reputasi ditegakkan melalui cara PT. Shell mengamalkan nilai-nilai inti yaitu kejujuran, integritas dan rasa hormat kepada sesama manusia. Delapan Prinsip Bisnis PT. Shell didasarkan pada nilai-nilai inti dan menunjukkan bagaimana mendorong kepercayaan, keterbukaan, kerja tim, profesionalisme dan kebanggaan dalam apa yang kami lakukan.

PT. Shell adalah salah satu dari perusahaan global pertama yang menyatakan dan menyampaikan keyakinan menerbitkan Prinsip Bisnis Umum pada tahun 1976. Sebagai bagian dari prinsip ini, PT. Shell berkomitmen untuk berkontribusi terhadap pengembangan berkelanjutan, menyeimbangkan kepentingan jangka pendek dan jangka panjang, serta mengintegrasikan pertimbangan ekonomi,

lingkungan, dan sosial ke dalam pengambilan keputusan. Semua karyawan dan kontraktor PT. Shell diharapkan untuk memahami dan selalu berperilaku sesuai dengan prinsip bisnis.

2. Struktur Organisasi

Salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatannya adalah dengan menetapkan suatu struktur organisasi yang baik dan tersusun rapi untuk kelancaran tugas operasional perusahaannya, karena organisasi merupakan suatu wadah yang terdiri dari beberapa orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.

Suatu perusahaan dapat mencapai tujuan secara efektif dan efisien maka perlu pembagian tugas agar setiap bagian dan personil dalam perusahaan dapat mengetahui apa yang menjadi tugas, tanggung jawab dan wewenangnya, sehingga memungkinkan akan terjadinya suatu mekanisme kerja yang baik dan terpadu dalam menentukan langkah-langkah kebijaksanaan bagi perkembangan perusahaan. (pada tanggal 20-11-2022)

3. Uraian Tugas

Adapun mekanisme kerja dari struktur organisasi PT. Shell dapat diuraikan sebagai berikut:

a. *General Manager* (Ambassador)

Pada dasarnya GM adalah pimpinan unit pemasaran karena perubahan organisasi baru GM hanya bersifat sebagai ambassador dalam artian tidak bertanggung jawab pada semua fungsi dalam satu unit pemasaran. GM hanya menahkodai fungsi BBM retail saja.

b. *Sales Area Manager*

Mempunyai peran dalam menjaga stabilitas penyaluran BBM di wilayahnya (Skala Provinsi).

c. *External Relation*

Menjaga stabilitas hubungan relationship stakeholder antara perusahaan dengan masyarakat dan pemerintah. Menjaga konsep pencitraan serta pengendalian krisis.

d. *Customer Relation*

Mempunyai peran dalam penanganan pelayanan khusus kepada pelanggan termasuk juga kepada media.

e. *Community Development*

Dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* sebagai tanggung jawab perusahaan.

f. Keuangan

Untuk mengatur semua transaksi keuangan perusahaan.

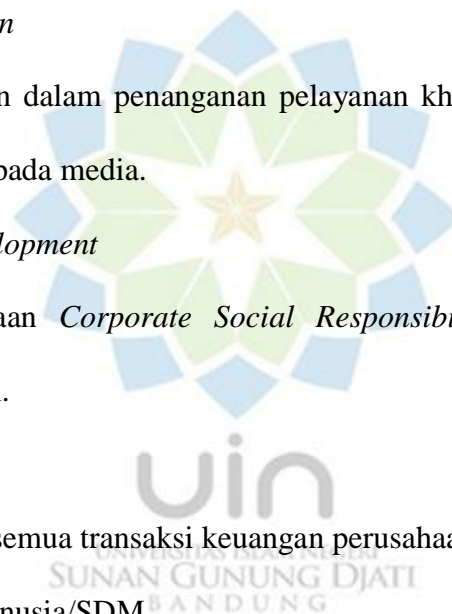
g. Sumber Daya Manusia/SDM

Tujuannya untuk mengatur dan mengembangkan sumber daya manusia karyawan perusahaan.

h. LK3

Fungsinya adalah untuk mengatur sistem tata kerja berdasarkan standar keamanan, kesehatan dan lingkungan guna menghindari kecelakaan yang timbul.

i. Pelumas



Unit bisnis ini mempunyai tugas pokok dalam memasarkan produk lubricants.

j. Gasdom

Unit bisnis gasdom berperan dalam memasarkan produk energi non BBM berupa gas baik untuk industri (NPSO) dan yang bersubsidi (PSO).

k. Aviasi

Fungsi utama dari unit bisnis ini adalah menjaga stabilitas dan penyaluran bahan bakar jenis Aviasi yang diperuntukkan bagi pesawat.

l. BBM Industri

Fungsi BBM Industri untuk memasarkan bahan bakar minyak dalam Kategori non subsidi yang diperuntukkan bagi industri.

B. Hasil Penelitian

1. Analisis Terhadap Laporan

Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap masyarakat di sekitar perusahaan. Menurut UU No. 40 tahun 2007 pasal 74 analisis dilakukan dengan menggunakan *check list* sebagaimana disajikan oleh tabel berikut:

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah PT. Shell telah menerapkan CSR secara efektif?	✓	-
2	Apakah tanggung jawab sosial dan lingkungan yang merupakan kewajiban perseroan telah dianggarkan dan	✓	-

	di alokasikan di bidang yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat?		
3	Apakah ada bentuk pertanggungjawaban dari pihak ketiga yang membantu PT. Shell dalam melaksanakan program CSR?	✓	-
4	Apakah pelaksanaan CSR sudah merata di rasakan oleh seluruh masyarakat di sekitar perusahaan?	✓	-
5	Dalam keseluruhan pelaksanaan CSR PT. Shell merasa bahwa kegiatan CSR sudah efektif dan efisien serta telah memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat?	✓	-

Table 4 Check List Pertanyaan

Sumber: Hasil interview dengan staff PT. Shell di Cileunyi pada hari Kamis, 27-10-2022.

Berdasarkan tabel di atas yakni hasil penilaian penerapan CSR yang dilakukan oleh PT. Shell di Cileunyi dengan menurut UU No. 40 tahun 2007 pasal 74 mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan, maka dapatlah dikatakan telah sesuai. Hal ini dapat dilihat bahwa pasal 74 ayat 1 bahwa setiap Perseroan yang dalam menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dengan lingkungan, sedangkan PT. Shell yang bergerak di bidang minyak dan gas bumi telah melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan seperti : pendidikan, kesehatan, lingkungan, infrastruktur, pemberdayaan dan disaster.

Kemudian dilihat dari pasal 74 ayat 2 UU. No. 40 tahun 2007 bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan yang sebagaimana dimaksud pada ayat 1 merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan

kepatuhan dan kewajaran.

Terkait dengan program CSR, salah satu staff PT. Shell menyampaikan program CSR bahwa:

“Program CSR itu adalah bermakna sebagai kepedulian perusahaan terhadap masyarakat di lingkungan perusahaan, adapun lingkungan perusahaan itu terdapat Ring I, Ring II, dan Ring III. Ring itu merupakan skala prioritas, artinya Ring I itu adalah masyarakat yang berada paling dekat dengan kawasan perusahaan dan itu yang paling diutamakan. Jadi kepedulian perusahaan itu terutama terhadap masyarakat yang berada di sekitar perusahaan” (pada tanggal 27-11- 2022)

Salah satu yang menjadi latar belakang adanya program CSR sebagaimana

yang disampaikan oleh salah satu staff PT. Shell mengatakan bahwa:

“karena sudah ada peraturan pemerintah tentang lingkungan yaitu Undang-undang no 13 tahun 2009 salah satunya yaitu mengenai lingkungan dan lingkungan itu ada hubungannya dengan CSR. bahwa setiap perusahaan harus berdampak positif xii terhadap lingkungannya, kalo seandainya perusahaan itu tidak meningkatkan ekonomi masyarakat, itu perusahaannya boleh dikatakan perusahaan yang tidak ambil peduli terhadap lingkungannya. PT. Shell di dalam melaksanakan program CSR ini sifatnya fleksibel, artinya kami menjalankan program ini sesuai dengan yang di butuhkan oleh masyarakat, karena itu sebelum melaksanakan program CSR kami melakukan survei terlebih dahulu. Dan kami melakukan program CSR ini mana yang kira-kira menyentuh apa yang dibutuhkan oleh masyarakat.”

(pada tanggal 27 -11- 2022).

Dalam pengadaan program CSR PT. Shell masih menggunakan pendekatan

top-down, yang artinya dimulai dari level atas organisasi yaitu level perencanaan strategis. Pendekatan ini dimulai dari dengan mendefinisikan sasaran dan kebijakan organisasi. Selanjutnya, dilakukan analisis kebutuhan informasi kemudian ke penentuan input, output, basis data, prosedur-prosedur operasi dan kontrol. Pendekatan ini merupakan ciri-ciri dari pendekatan terstruktur. Jika pendekatan ini digunakan pada tahap analisis disebut *decision analysis* karena yang menjadi fokus adalah informasi yang dibutuhkan untuk pengambilan

keputusan oleh manajemen terlebih dahulu. Seperti yang disampaikan oleh salah satu staff PT. Shell bahwa:

“PT. Shell di dalam melaksanakan program CSR ini sifatnya fleksibel, artinya kami menjalankan program ini sesuai dengan yang di butuhkan oleh masyarakat, karena itu sebelum melaksanakan program CSR kami melakukan survei terlebih dahulu. Dan kami melakukan program CSR ini mana yang kira-kira menyentuh apa yang di butuhkan oleh masyarakat.” (pada tanggal 27-11-2022)

Seharusnya pendekatan yang digunakan adalah pendekatan *bottom-up* atau dimulai dari level bawah organisasi tempat transaksi dilakukan. Pendekatan ini dimulai dari perumusan kebutuhan berdasarkan transaksi tersebut. Jika pendekatan ini digunakan pada tahap analisis disebut dengan data analisis, karena yang menjadi fokus adalah data yang akan diolah terlebih dahulu.

PT. Shell memiliki 3 aspek dalam melaksanakan CSR, yaitu pada aspek ekonomi, lingkungan dan sosial. Dalam pelaksanaannya PT. Shell memiliki strategi khusus agar dana CSR tersalurkan tepat kepada publik sasaran yang sebenarnya. Adapun strategi CSR yang dilakukan PT. Shell yaitu menyusun program, menjalankan program dan terakhir monitoring dan evaluasi program.

Tujuan lain penyusunan program CSR yang terstruktur ini adalah sebagai mobilisasi perusahaan. Jika program CSR ini tidak dijalankan ibarat mobil yang kekurangan ban, pasti akan timpang sebelah dan tidak dapat berjalan. Program CSR ini dilaksanakan dengan tujuan agar masyarakat percaya bahwa perusahaan tidak semata mencari laba atau keuntungan saja, tetapi juga peduli dan bertanggung jawab atas masyarakat disekitarnya.

Setelah program CSR direncanakan, maka tindakan selanjutnya adalah melakukan survey lapangan. Survey lapangan tersebut sekaligus digunakan untuk

menjalin kedekatan dengan masyarakat yang bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang ada di dalam masyarakat tersebut. Merencanakan dan menyusun program CSR merupakan awal dari kegiatan program CSR sebelum dijalankan adalah menjadi suatu pertimbangan bagi perusahaan. Bagaimana perusahaan untuk dapat mengeluarkan dana CSR terkait dengan permasalahan yang ada dilapangan dan proses selanjutnya setelah direncanakan adalah melaksanakan program CSR tersebut.

Selanjutnya, monitoring dan evaluasi dilaksanakan secara periode, dalam setahun bisa beberapa kali dilakukan kunjungan untuk melakukan monitoring dan evaluasi. Di dalam perencanaan telah ditentukan dalam beberapa waktu, progresnya harus sudah seperti apa itulah yang di monitoring. Maka dalam langkah ini nantinya akan tergambar, apakah program ini sesuai dengan maksud dan tujuan awalnya atau tidak. Jika memang implementasi nya ketinggalan dari yang seharusnya, bisa segera dilakukan antisipasi agar periode waktu yang telah ditargetkan dalam 3 tahun dapat terwujud yaitu mengkreasikan masyarakat menjadi mandiri.

Selain itu, PT. Shell dalam pengadaan program CSR kebanyakan masih menyerahkan bantuan secara langsung kepada masyarakat yang sebelumnya tidak disosialisasikan terlebih dahulu apa yang menjadi kebutuhan utama masyarakat yang akan diberi bantuan. PT. Shell belum pernah melibatkan mitra seperti kampus (universitas) dalam pengadaan program CSR. Berbagai pandangan masyarakat terhadap citra positif perusahaan juga disampaikan oleh salah satu staff PT. Shell yang mengatakan bahwa :

“Yang pasti sekarang bagaimana kita bisa merangkul masyarakat. PT. Shell itu sifatnya lebih banyak positif jadi bagaimana dia merangkul masyarakat itu supaya tidak terjadi suatu gejolak yang kita inginkan. Bagaimanapun suatu industri ada yang namanya dampak positif dan ada dampak negatif, dan yang kita mau dampak positif itu harus lebih banyak, dampak positif itu seperti adanya pertumbuhan ekonomi disekitar perusahaan harus meningkat, tingkat pengangguran itu harus menurun. Jadi itu tingkat-tingkat positif yang harus diperbanyak. Sedangkan contoh negatifnya itu seperti polusi kebisingan dan untuk meredamnya PT. Shell melakukan program CSR agar tidak terjadi gejolak”. (wawancara pada tanggal 27-11-2022)

Hal tersebut menunjukkan bahwa program CSR PT. Shell tersebut efektif dalam mempengaruhi citra perusahaan dikalangan masyarakat Kampung Pasir Tukul, hal ini digambarkan melalui persepsi, kognisi, motivasi dan sikap yang baik dari kalangan masyarakat Kampung Pasir Tukul. Program PT. Shell diterima oleh masyarakat, berarti terdapat perhatian dari masyarakat Kampung Pasir Tukul sehingga proses selanjutnya dapat berjalan sesuai rencana.

Pengaruh implementasi program CSR PT. Shell terhadap citra positif dikalangan masyarakat Desa Sukajadi diatas juga membenarkan teori Rosalina Waslin (2011), yang telah menguraikan 10 keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan jika melakukan program *Corporate Social Responsibility*, salah satunya yaitu “Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan image perusahaan perbuatan destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan, sebaliknya kontribusi positif pasti akan mendongkrak image dan 78 reputasi positif perusahaan. Image/citra yang positif ini penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan” .

Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa pada umumnya perusahaan di Indonesia menerapkan sedikitnya empat model atau pola implementasi CSR yaitu: *pertama* pola implementasi langsung perusahaan menyelenggarakan sendiri

program CS nya, *kedua* perusahaan mendirikan yayasan sendiri untuk menyumbangkan dana sosialnya, *ketiga* perusahaan bekerja sama lewat lembaga lain/NGO dan *keempat* perusahaan bergabung dengan konsorsium.

Dalam hal ini penulis melihat pola implementasi tanggung jawab sosial perusahaan yang dijalankan PT. Shell menggunakan pola implementasi program secara langsung, perusahaan menyelenggarakan sendiri program tanggung jawab sosial perusahaannya dan ada juga program yang dilaksanakan bekerjasama dengan lembaga lain/NGO tetapi disini perusahaan tidak melakukan pola implementasi dengan mendirikan yayasan sendiri. Yang dimaksud implementasi program dengan menyelenggarakan sendiri adalah dimana tanggung jawab sosial perusahaannya dimana perusahaan mendirikan bagian dalam perusahaan yaitu CSR.

Pola implementasi yang dilakukan CSR PT. Shell menurut penulis dapat terbilang lebih lebih efektif, di mana implementasi yang dilakukan secara langsung dapat menghasilkan keefektifitasan program yang akan dilaksanakan karena program dapat dieksekusi langsung oleh perusahaan. Dalam melaksanakan pengimplementasian programnya ada beberapa hal yang melatarbelakangi mengapa perusahaan melakukan tanggung jawab sosial perusahaannya yaitu: *Pertama* dalam hal ini, adanya undang-undang yang mengatur tentang perseroan terbatas yang menjalani usahanya di bidang dan atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial 59 dan lingkungan (Pasal 74 ayat 1) tetapi dalam kebijakan ini belum ada yang mengatur berapa besar dana yang

harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk CSR. *Kedua* adanya surat keputusan yang dikeluarkan oleh menteri BUMN Nomor: Kep236/MBU/2003.

Melihat bahwa praktek tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan PT. Shell dilaksanakan memang karena desakan yang ditimbulkan dari kebijakan pemerintah dan desakan dari masyarakat diluar perusahaan yang terkena dampak dari perusahaan tersebut. Desakan yang datang terlihat juga datang dari masyarakat perusahaan, dan dengan adanya CSR terlihat pula dukungan dari masyarakat perusahaan hal ini terlihat dari pelayanan CSR yang diberikan oleh masyarakat dalam perusahaan.

Pengukuran modal social jarang melibatkan pengukuran terhadap interaksi itu sendiri, melainkan hasil interaksi tersebut, seperti terciptanya atau terpeliharanya kepercayaan antar warga masyarakat. Sebuah interaksi dapat terjadi dalam skala individu atau institusional secara individu, interaksi terjadi manakala relasi intim antara individu terjalin satu sama lain sehingga terbentuk ikatan emosional. Setiap masyarakat memiliki sumber daya tertentu yang dapat dikembangkan untuk mengatasi masalah bersama. Hal ini selaras dengan apa yang dikatakan oleh bapak iwan staff CSR PT. Shell bahwa:

“Perusahaan yang mengedepankan konsep CSR lebih menekankan pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga dapat menggali potensi masyarakat lokal yang menjadi modal social perusahaan untuk maju dan berkembang. Selain dapat menciptakan peluang-peluang sosial-ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, cara ini juga dapat membangun citra sebagai perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan. Selain itu, akan tumbuh trust (rasa percaya) dari masyarakat. *Sense of belonging* (rasa memiliki) akan muncul dari masyarakat sehingga masyarakat merasakan bahwa kehadiran perusahaan akan berguna dan bermanfaat. Citra positif sangat penting bagi perusahaan agar lebih mudah memperoleh kepercayaan dari tiap-tiap komponen masyarakat. Pencapaian tujuan CSR yang dapat meningkatkan citra positif

perusahaan akan mewujudkan bisnis yang berkesinambungan yang dapat meningkatkan laba perusahaan, menciptakan masyarakat sejahtera dan lingkungan yang kondusif.” (wawancara pada tanggal 27-11-2022)

PT. Shell berkomitmen untuk senantiasa memprioritaskan keseimbangan dan kelestarian alam, lingkungan dan masyarakat.

2. Kendala dalam Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Terdapat pendapat yang menentang dan mendukung perlunya keterlibatan sosial perusahaan. Pendapat yang menentang perlunya keterlibatan sosial perusahaan yaitu:

- a. Tidak relevan dengan tujuan perusahaan.
- b. Mengakibatkan terpecahnya konsentrasi perusahaan.
- c. Biaya untuk keterlibatan sosial tersebut.
- d. Tidak dimilikinya tenaga yang sesuai untuk keterlibatan sosial tersebut.

Sedangkan pendapat yang mendukung perlunya keterlibatan sosial perusahaan, yaitu:

- a. Pengenalan pasar
- b. Terbatasnya sumber daya alam
- c. Perlunya lingkungan sosial yang lebih baik
- d. Keseimbangan tanggung jawab dan kekuasaan
- e. Bisnis memiliki sumber daya yang berguna bagi masyarakat
- f. Keuntungan jangka panjang

CSR PT. Shell adalah tanggung jawab kepada masyarakat dan lingkungan. Terdapat hambatan yang dihadapi PT. Shell dalam melaksanakan CSR, hambatan yang sekaligus menjadi tantangan PT. Shell dalam menerapkan

program CSR adalah mencari program berkelanjutan, program yang bukan hanya memberi tapi juga tetapi program yang bisa membuat suatu komunitas mandiri, menyebarkan semangat mandiri dan membuat suatu komunitas berkembang, suatu program yang condong ke pemberdayaan masyarakat itu sendiri.

C. Pembahasan

1. Implementasi Program CSR PT. Shell Pada Aspek *Economic Prosperity* (Kemakmuran Ekonomi) dalam Membangun Hubungan Baik Dengan Masyarakat Kampung Pasir Tukul Desa Cileunyi Wetan

Implementasi dari bahasa Inggris, yang berarti untuk mengontrol. Tindakan adalah memberi berarti melakukan sesuatu yang berhubungan atau berhubungan dengan sesuatu. Hasil atau hasil apa yang dapat didasarkan pada undang-undang peraturan pemerintah, keputusan pengadilan dan kebijakan yang dibuat oleh lembaga pemerintah dalam kehidupan bernegara.

Perusahaan yang profesional harus memiliki tanggung jawab sosial atau yang biasa disebut dengan CSR, sehingga tidak hanya terfokus pada laba. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas hidup yang bermanfaat, baik bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), CSR adalah cara dunia bisnis bertindak secara etis dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi di komunitas lokal atau masyarakat luas, serta meningkatkan kualitas

hidup karyawan dan mereka. kesejahteraan secara keseluruhan Ada tekad. Mempertimbangkan beberapa aspek dalam bidang ekonomi, CSR diharapkan dapat meningkatkan atau mempengaruhi suatu bentuk ekonomi, dalam aspek hukum perusahaan memiliki setiap CSR yang berlaku terkait Peraturan perlu dipatuhi.

CSR adalah mekanisme alami sebuah perusahaan untuk membersihkan keuntungan-keuntungan besar yang diperoleh. Sebagaimana diketahui, cara-cara perusahaan untuk memperoleh keuntungan kadang-kadang merugikan orang lain, baik itu yang tidak disengaja apalagi yang disengaja. Dikatakan sebagai mekanisme alamiah karena CSR adalah konsekuensi dari dampak keputusan keputusan ataupun kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh perusahaan, maka kewajiban perusahaan tersebut adalah membalikkan keadaan masyarakat yang mengalami dampak tersebut kepada keadaan yang lebih baik.

Dampak ekonomi dari kegiatan operasional bisnis termasuk dalam aspek ekonomi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Karena aspek ini sering diinterpretasikan sebagai masalah keuangan perusahaan, dianggap lebih sederhana untuk diterapkan daripada aspek sosial dan lingkungan. Aspek ekonomi meliputi dampak ekonomi, baik secara langsung maupun tidak langsung, terhadap operasi perusahaan di masyarakat setempat dan terhadap pihak-pihak yang memiliki pengaruh terhadap usaha lain, selain pelaporan keuangan dan neraca perusahaan. Kinerja ekonomi dan keuangan bisnis sangat penting untuk keberhasilan ekonomi. Sebuah perusahaan juga harus dapat meningkatkan nilai pemegang saham melalui

hal-hal seperti laba yang lebih tinggi, harga saham yang lebih tinggi, dan pembayaran dividen yang lebih tinggi, antara lain.

Dasar dari teori stakeholder adalah bahwa semakin kuat hubungan korporasi, maka akan semakin baik bisnis korporasi. Sebaliknya, semakin buruk hubungan korporasi maka akan semakin sulit. Hubungan yang kuat dengan para pemangku kepentingan adalah berdasarkan kepercayaan, rasa hormat, dan kerjasama. Teori stakeholder adalah sebuah konsep manajemen strategis, tujuannya adalah untuk membantu korporasi memperkuat hubungan dengan kelompok-kelompok eksternal dan mengembangkan keunggulan kompetitif. Untuk menjaga eksistensi perusahaan, maka harus menjaga hubungan dengan stakeholdernya dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan stakeholdernya, terutama stakeholder yang mempunyai power terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain.

Identifikasi masalah adalah pengenalan masalah yang terjadi di lapangan untuk ditindak lanjuti dengan cara membuat suatu rancangan program atau kegiatan. Hasil temuan masalah dapat diinventarisir sebagai data yang nantinya diputuskan solusi yang tepat untuk menanggulangi masalah yang ditemukan.

Adanya program Desa BERSEMI secara simultan akan memadukan pendekatan pemberdayaan (*empowerment approach*), pengembangan kapasitas (*capacity building*), dan kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*). PT Shell Indonesia, yang didukung oleh mitra pelaksanaannya, Puskota akan memberikan pelatihan terhadap kader-kader masyarakat mengenai penyortiran sampah,

composting (membuat pupuk kompos), melakukan cocok tanam dengan sistem urban farming dan penyelenggaraan bak sampah. Selain itu Shell juga akan menyediakan peralatan-peralatan yang dibutuhkan untuk program pengolahan sampah terpadu. Dengan program ini diharapkan akan menimbulkan kemandirian dan mendatangkan sebuah nilai ekonomis. Program ini merupakan salah satu inisiatif yang dapat dirasakan langsung dampaknya oleh masyarakat di wilayah tempat beroperasinya perusahaan. (pada tanggal 20-11-2022)

Program Desa BERSEMI melatih dan membina warga dalam mengelola sampah organik menjadi pupuk, memanfaatkan lahan untuk pertanian, membuat dan menjual jajanan dari olahan tanaman pangan yang ada di lahan mereka, serta memanfaatkan sampah plastik untuk memulai usaha mikro kerajinan tangan dan menghasilkan bahan bakar minyak. Selain dari daur ulang sampah itu sendiri, masyarakat juga mendapat manfaat ekonomi langsung dengan adanya Bank Sampah di desa Segara Makmur yang mengajak warga untuk “menabung” sampah anorganik, seperti plastik, logam, kaca, kertas.

Dengan “menabung” sampah, warga mendapatkan dana yang dicatat di buku tabungan masing-masing yang dapat diambil ketika mereka membutuhkan. Sementara itu, sampah yang telah disetor ke Bank Sampah dijual ke para pengepul sampah.

2. Implementasi Program CSR PT.shell pada aspek Environmental Quality (Kualitas Lingkungan) dalam membangun hubungan baik dengan masyarakat Kampung Pasir Tukul Desa Cileunyi Wetan

Istilah lingkungan memiliki arti yang sangat luas dan sering menjadi bahan perbincangan yang umum terdengar dimana-mana. Orang-orang berbicara tentang lingkungan dengan arti yang berbeda-beda seperti batasan batasan kelurahan yang dibagi dalam lingkungan atau membicarakan tentang suasana sekitar yang juga sering diartikan sebagai lingkungan sekitar. Para ahli biologi, ekologi maupun lingkungan memberikan definisi tentang lingkungan yang agak berbeda satu dengan yang lainnya namun memiliki substansi yang sama. Lingkungan secara harfiah berarti ruang lingkup atau sekitar atau alam sekitar atau masyarakat sekitar.

Lingkungan juga dapat berarti segala sesuatu yang memengaruhi kehidupan makhluk-makhluk hidup secara kolektif atau lingkungan adalah penjumlahan untuk semua yang ada di sekitar sesuatu atau seseorang atau disekitar makhluk hidup, termasuk semua makhluk hidup dan kekuatan-kekuatan alaminya. Berdasarkan pengertian tersebut, maka lingkungan diartikan sebagai penjumlahan dan hubungan satu dengan yang lain antara air, udara dan tanah dengan organisme-organisme hidup, yaitu flora dan fauna. Termasuk di dalamnya semua ruang lingkup, baik fisik maupun biologis dan interaksinya satu dengan yang lain. Lingkungan adalah tempat hidup sekaligus menjadi tempat penampungan limbah hasil aktivitas manusia. Lingkungan memiliki kemampuan bertahan dalam keadaannya dan menetralkan diri kembali ke keadaan awal jika limbah tersebut

masih berada dalam batas daya dukung lingkungan tersebut. Lingkungan dapat menerima limbah yang berasal dari rumah tangga maupun industri yang ada di lingkungan tersebut. Hal ini menyebabkan terjadinya perubahan keadaan kualitas lingkungan baik itu air, tanah dan udara termasuk flora, fauna, dan mikro organisme. Khusus untuk mikro organisme, jenis dan jumlahnya di lingkungan dipengaruhi oleh karakteristik lingkungan dan limbah yang masuk ke lingkungan yang dapat menghambat dan menstimulasi pertumbuhan mikro organisme.

Dengan berkembangnya waktu dan semakin meningkatnya pembangunan demi meningkatnya kesejahteraan manusia, ternyata fungsi/peranan lingkungan telah menurun dari waktu ke waktu, artinya jumlah bahan mentah yang dapat disediakan lingkungan alami telah semakin berkurang dan menjadi langka, kemampuan alam untuk mengolah limbah juga semakin berkurang karena terlalu banyaknya limbah yang harus ditampung melebihi daya tampung lingkungan dan kemampuan alam menyediakan kesenangan dan kegembiraan langsung juga semakin berkurang karena banyak sumber daya alam dan lingkungan yang telah diubah fungsinya atau karena meningkatnya pencemaran.

Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tindakan perusahaan agar dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Berawal dari kesadaran perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan sekitarnya yang dilaksanakan secara terintegrasi dan berkelanjutan, baik untuk sumber daya manusianya ataupun terkait dengan alam dan budaya sekitar. Istilah CSR telah digunakan sejak tahun 1970-an ketika John Elkington mengembangkan tiga komponen utama pembangunan berkelanjutan, yaitu pertumbuhan ekonomi, perlindungan

lingkungan, dan keadilan sosial, yang juga dimulai oleh Komisi Dunia untuk Lingkungan dan Pembangunan (WCED) di Brundtland. Laporan (1987). Elkington menekankan bahwa CSR dikemas dalam tiga fokus, disingkat 3P, yang merupakan singkatan dari Profit, Planet, dan People. Dengan kata lain, perusahaan yang baik tidak hanya mencari keuntungan ekonomis (*Profit*). Tetapi juga memperhatikan kelestarian lingkungan (*Planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*People*).

Aspek lingkungan merupakan kewajiban perusahaan terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan dari operasi dan produk, menghilangkan emisi dan limbah, mencapai efisiensi maksimum dan produktivitas tergantung pada sumber daya yang tersedia, dan penurunan praktik yang dapat berdampak negatif terhadap negara dan ketersediaan sumberdaya generasi berikutnya. Perusahaan harus menyadari semua aspek lingkungan langsung dan tidak langsung yang berhubungan dengan kinerja usahanya, penyerahan jasa, dan manufaktur produk. Aspek lingkungan atau environment dimension ini mencerminkan dimana perusahaan memiliki kewajiban terhadap dampak yang dihasilkan pada lingkungan dari operasional perusahaan. Menciptakan lingkungan yang sehat dan aman, mengelola limbah dengan baik dan menciptakan produk-produk yang ramah lingkungan merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh perusahaan.

Program Desa BERSEMI telah memberikan dampak lingkungan yang dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Berangkat dari masalah penanganan sampah yang sudah menahun di lingkungan mereka, Shell Indonesia bersama beberapa warga berinisiatif mengolah sampah untuk dijadikan sumber

penghasilan tambahan bagi warga desa. Melalui berbagai pembinaan dan pelatihan, secara perlahan perilaku 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*) atau mengurangi, menggunakan kembali, dan mendaur ulang sampah, perlahan menjadi budaya di kalangan warga Desa Pasir Tukul yang berpartisipasi dalam program ini. (pada tanggal 20-11-2022)

PT Shell mendatangkan Pusdakota akan memberikan pelatihan terhadap kader-kader masyarakat mengenai penyortiran sampah, composting (membuat pupuk kompos), melakukan cocok tanam dengan sistem urban farming dan penyelenggaraan bak sampah. Selain itu Shell juga akan menyediakan peralatan-peralatan yang dibutuhkan untuk program pengolahan sampah terpadu ini. Untuk melindungi hak dan kepentingan publik dari pihak yang berkepentingan, tanggung jawab lingkungan mensyaratkan bahwa nilai dan cita-cita inti perusahaan mematuhi norma dan moral sosial. (pada tanggal 20-11-2022)

3. Implementasi Program CSR PT.shell pada Aspek Social Jutsice (Kepedulian Sosial) dalam membangun hubungan baik dengan masyarakat Kampung Pasir Tukul Desa Cileunyi Wetan

CSR umum adalah pendekatan di mana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial ke dalam operasi bisnis mereka dan interaksi dengan pemangku kepentingan berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Bagaimana membuat dampak di sektor ekonomi, sosial dan lingkungan. merupakan suatu upaya kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan kualitas kehidupan bagi komunitas atau para stakeholder di sekitar lingkungan perusahaan baik secara internal maupun eksternal dan juga dilakukan

untuk dapat merespon keadaan sosial yang terjadi di lingkungan sekitar yang tidak hanya dinikmati atau dimanfaatkan oleh lingkungan sekitar yang menjadi sasaran saja tetapi juga perusahaan tersebut akan menerima manfaat atas kegiatan yang mereka lakukan tersebut khususnya dalam penciptaan, peningkatan, dan pemeliharaan citra perusahaan di mata masyarakat.

CSR adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar perusahaan berada. Contoh dari bentuk tanggung jawab itu dapat bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperbaiki lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, serta sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut. CSR merupakan salah satu wujud partisipasi dunia usaha dalam pembangunan berkelanjutan untuk mengembangkan program kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitar melalui penciptaan dan pemeliharaan keseimbangan antara mencetak keuntungan, fungsi-fungsi sosial, dan pemeliharaan lingkungan hidup. Dengan kata lain, CSR dikembangkan dengan koridor Tri Bottom Line yang mencakup sosial, ekonomi dan lingkungan. Wibisono dalam Mardhatillah mengatakan bahwa dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan ada lima pilar aktivitas CSR, yaitu:

- a. *Building human capital*, Secara internal perusahaan dituntut untuk menciptakan SDM yang handal tidak hanya menguntungkan bagi

perusahaan tetapi juga memberikan nilai positif bagi masyarakat sekitar dan secara external perusahaan sendiri diharuskan untuk melakukan pengembangan dengan memberikan pengetahuan yang dapat diterima oleh pihak mitra binaan.

- b. *Strengthening Economies*, Dalam penerapan program perusahaan dituntut untuk memberdayakan ekonomi sekitar atau komunitas, dengan program Desa Bersemi ini diharapkan masyarakat mampu menjadi UKM yang mandiri dan pada akhirnya dapat menunjang kehidupan yang sejahtera.
- c. *Assessing Social Cohesion*, Dalam penerapan program perusahaan dituntut untuk menjaga keharmonisan sosial dengan masyarakat sekitar agar tak menimbulkan konflik. Dengan terjalin hubungan yang baik dengan masyarakat perusahaan dapat menjalankan bisnis dengan baik.
- d. *Encouraging good governance*, Dalam menjalankan bisnisnya perusahaan harus menjalankan tata kelola bisnis dengan baik yang mengacu kepada GCG (*Good Corporate Governance*). *Good Corporate Governance* adalah rangkaian proses, kebiasaan, kebijakan, aturan dan institusi yang mempengaruhi pengarahannya, pengelolaan, serta pengontrolan suatu perusahaan korporasi. Untung dalam (Mardhatillah, 2016).
- e. *Protecting the Environment*, Perusahaan harus sejalan dengan peraturan pemerintah yang diterapkan dimana peraturan tersebut mengharuskan perusahaan untuk menjaga lingkungan sekitarnya.

Masyarakat memiliki pengaruh pada keberadaan perusahaan. Setiap kegiatan operasional perusahaan akan berpotensi menimbulkan dampak positif maupun

negatif terhadap masyarakat sekitar perusahaan. Apabila perusahaan memperhatikan aspek sosial maka perusahaan akan dapat mencapai perkembangan serta pembangunan berkelanjutan. Munculnya resistensi masyarakat terhadap perusahaan karena aspek sosial ini diabaikan, sehingga dapat menimbulkan kondisi yang tidak kondusif dalam aktivitas perusahaan tersebut. Menyadari bahwa setiap perusahaan baik skala lokal maupun perusahaan asing harus melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku, jika dilihat dari segi etika dan kontribusinya terhadap masalah sosial, maka perusahaan harus menjaga etika dalam perusahaan. memainkan peran penting dalam menjaga Kegiatan seperti mengatasi dampak yang ditimbulkan.

Program Desa BERSEMI merupakan komitmen kepedulian sosial PT. Shell untuk mendukung setiap upaya pengembangan masyarakat di sekitar lokasi PT. Shell di Pasir Tukul. Program yang mendayagunakan potensi dan inisiatif komunitas seperti ini dapat melibatkan partisipasi aktif masyarakat diharapkan dapat menjadi program yang memberikan pengaruh positif dan bermanfaat dari aspek lingkungan, sosial dan ekonomi masyarakat, khususnya masyarakat di sekitar kawasan Industri. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya bantuan dana yang bergulir dari perusahaan pada masyarakat sekitar lingkungan perusahaan dapat membantu masyarakat sekitar dalam meningkatkan kesejahteraan dan dukungan aktif yang diberikan oleh perusahaan dalam kegiatan sosial memberikan pengaruh positif pada masyarakat lingkungan sekitar perusahaan,

oleh karena itu masyarakat memiliki opini positif pada citra perusahaan. (pada tanggal 20-11-2022)

Peran aktif kader yang memiliki semangat dan komitmen tinggi untuk melakukan perubahan pengelolaan sampah, menjadi panutan, dan konsisten menggerakkan masyarakat di sekitarnya tidak lepas dari keberhasilan pengelolaan sampah dalam Program Desa BERSEMI. Imas dan Novi adalah dua di antaranya, dan keduanya aktif mendukung pelestarian lingkungan. Mereka juga menjadi contoh bagaimana menggunakan ekonomi sirkular untuk mengurangi sampah ke skala sekecil mungkin, khususnya di lingkungan rumah tangga. “Saya mengajak tetangga saya untuk berperan aktif dalam mengelola sampah dari rumah yang mereka hasilkan setiap harinya” (pada tanggal 20-10-22). Novi yang sejak awal telah menjadi bagian dari program Desa BERSEMI mengatakan, “Saya senang melihat sampah plastik yang biasanya tidak terpakai kini bisa dijadikan berbagai kerajinan tangan untuk dijual dan menjadi sumber penghasilan tambahan bagi kami” (pada tanggal 21-11-2022). Beliau pun berinisiatif untuk menggugah minat anggota PKK di sekitarnya untuk ikut serta dalam pengolahan sampah plastik desa tersebut. Ia bertekad menyadarkan setiap warga akan manfaat nyata daur ulang sampah, seperti pembuatan kompos dari sampah dapur dan pot bunga serta peralatan rumah tangga lainnya yang terbuat dari kemasan plastik daur ulang.

Imas, sebaliknya, berpartisipasi dalam Rumah Pangan Lestari (RPL) dengan pendampingan dari program Desa BERSEMI. Uang hasil penjualan hasil tanamannya ia gunakan untuk membuat bahan baku pembuatan berbagai jamu dan makanan ringan yang akan dijual ke masyarakat umum. Ia berharap RPL mampu

memberikan lapangan usaha bagi warga, yang tidak hanya membantu pertumbuhan ekonomi desa tetapi juga menyadarkan warga akan pentingnya menjaga lingkungan. Imas menyatakan, “Saya tergerak untuk menanam berbagai tanaman yang memiliki nilai jual, seperti sayuran, tanaman obat, dan rempah-rempah, selain untuk menambah pendapatan keluarga dan penghijauan di desa. Saya tergerak untuk menanam berbagai tanaman yang memiliki nilai jual” (pada tanggal 21- 11- 2022).

4. Evaluasi Implementasi Program CSR PT. Shell dalam Membangun Hubungan Baik dengan Masyarakat di Kampung Pasir Tukul

Monitoring dan evaluasi ini juga tidak lepas dari pantauan pusat, karena dana CSR tersebut adalah dana Korporat PT. Shell Pusat. Jadi, pusat berkepentingan untuk melihat sejauh mana perkembangan atas bantuan yang telah diberikan kepada masyarakat, tepat sasaran atau tidak. PT. Shell menyewa konsultan, biasanya unit-unit setempat diminta memberi contact person masyarakat yang telah diberi bantuan. PT. Shell dalam hal ini tidak tahu kapan PT. Shell akan datang untuk meninjau Program CSR ini.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa strategi Humas PT.. Shell dalam Implementasi CSR untuk peningkatan taraf hidup masyarakat mempunyai tujuan yang diharapkan dan mencapai suatu hasil yang baik, kemudian melakukan kegiatan sesuai dengan perencanaan kegiatan untuk menyampaikan pesan dengan menggunakan media untuk mendukung kegiatan yang telah dilakukan. Tingkat keberhasilan strategi komunikasi PT. Shell dapat diukur dari penerimaan masyarakat terhadap keberadaan perusahaan. Dimana

perusahaan selain mencari laba atau keuntungan, perusahaan juga bertanggung jawab atas masyarakat sekitar perusahaan dengan mendidik mereka untuk dapat melanjutkan kehidupan yang lebih baik.

Program CSR ini menetapkan target capaian kepada masyarakat untuk masyarakat dapat mandiri dalam melaksanakan Program CSR tersebut, dengan kata lain Masyarakat tidak lagi merasa ketergantungan dengan bantuan yang telah diberikan oleh PT. Shell. Maka dari itu, rata-rata Program CSR PT. Shell yaitu Program berkesinambungan mempunyai rentang waktu sampai tiga tahun minimal tetapi tidak lebih dari lima tahun. Jadi, PT. Shell mengambil waktu paling lama dalam tiga tahun tersebut dengan harapan masyarakat telah memandirikan hidup mereka.

Dalam Nurjaman (2012) Idris mengemukakan, substansi keberadaan CSR adalah dalam angka memperkuat keberlanjutan perusahaan di sebuah kawasan dengan jalan membangun kerjasama antar *stakeholders* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat sekitarnya. Dengan kata lain, kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan, komunitas dan *stakeholders* yang terkait dengannya, baik lokal, nasional maupun global. Oleh karena itu, pengembangan CSR ke depan seyogyanya mengacu kepada konsep pembangunan yang berkelanjutan (*sustainability development*).

Pesan komunikasi perusahaan yang diwujudkan dalam bentuk strategi komunikasi melalui program CSR tentunya disusun dengan mengikutsertakan tujuan yang harus dicapai oleh perusahaan. Tujuan inilah yang nanti akan menjadi

acuan bagi penentuan strategi komunikasi yang efektif. Dengan dasar inilah, dapat dikatakan bahwa perusahaan melakukan proses komunikasi dengan menerapkan strategi komunikasi melalui program CSR dengan harapan agar masyarakat sekitar dapat melakukan perubahan sikap dan perilaku sebagaimana yang menjadi tujuan perusahaan.

