

Program Corporate Social Responsibility PT. Petrokimia Gresik

Corporate Social Responsibility Program Of PT. Petrochemical Gresik

Anandya Zalva Yunnafisah¹, Bowo Santoso²

^{1,2} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Article History:

Received: 30 April 2023

Revised: 17 Mei 2023

Accepted: 09 Juni 2023

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Public Welfare.*

Abstract: *The role of Corporate Social Responsibility (CSR) in improving community welfare is the focus of this research, which is influenced by the relationship between companies and communities that develop along with the development and civilization of society. This study aims to determine the role of Corporate Social Responsibility for community welfare in its implementation. The activity stages were designed for 1 day, preceded by coordination activities. The CSR program in the economic field for the community around PT Petrokimia Gresik is by distributing Ramadan groceries in 8 villages around PT Petrokimia Gresik, namely Kroman Village, Tlogopojok, Roomo, Lumpur, Sukorame, Karangpoh, Karangturi, and Ngipik.*

Abstrak.

Peranan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat menjadi fokus penelitian ini, yang dipengaruhi oleh hubungan antara perusahaan dan masyarakat yang berkembang seiring dengan perkembangan dan peradaban masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan *Corporate Social Responsibility* bagi kesejahteraan masyarakat dalam pelaksanaannya. Tahapan kegiatan dirancang selama 1 hari yang didahului kegiatan koordinasi. Program CSR di bidang perekonomian untuk masyarakat sekitar PT Petrokimia Gresik yaitu dengan membagi sembako ramadhan di 8 Kelurahan sekitar PT Petrokimia Gresik yaitu Kelurahan Kroman, Tlogopojok, Roomo, Lumpur, Sukorame, Karangpoh, Karangturi, dan Ngipik.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility, Kesejahteraan Masyarakat*

LATAR BELAKANG

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sejalan dengan interaksi antara perusahaan dan masyarakat, yang sangat dipengaruhi oleh kemajuan dan perubahan sosial masyarakat. (Farida, 2014) Perusahaan memiliki komitmen untuk meningkatkan kesadaran sosial dan menerapkan pertimbangan yang relevan dalam menjalankan

operasionalnya. Program CSR ini merupakan bentuk modal social ekonomi yang lebih baik yang diharapkan perusahaan (Nugraha et al., 2015). Saat ini, tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi topik yang sangat menarik dan bahkan semakin populer daripada sebelumnya. Banyak perusahaan di seluruh dunia telah mengadopsi konsep tersebut. Peningkatan eksposur terhadap prinsip-prinsip tata Kelola perusahaan yang baik telah mendorong Corporate Social Responsibility untuk menyentuh “hati” dunia bisnis. Di Indonesia, CSR kini lebih jelas tertuang dalam Pasal 74.40 Tahun 2007 Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT). Menurut undang-undang ini, industri atau masyarakat harus memenuhinya, namun kewajiban ini tidak menjadi beban yang berat. Harus diingat bahwa pembangunan negara tidak hanya menjadi tanggung jawab negara dan industri, tetapi setiap orang memiliki peran dalam mencapai kesejahteraan sosial dan mengelola kualitas hidup masyarakat.

Perusahaan menyadari pentingnya memenuhi kewajibannya berdasarkan pemahaman bahwa mereka beroperasi di dalam lingkungan sosial yang membutuhkan perlindungan ekonomi, sehingga masyarakat dapat mencapai kehidupan yang adil dan sejahtera (Windari & Yuliartini, 2018). Perusahaan selalu terlibat dalam kehidupan masyarakat setempat dengan memanfaatkan sumber daya lokal dan menjaga keberlanjutan lingkungan sekitarnya. Melalui program CSR, perusahaan mengembalikan sebagian dari keuntungannya dan membantu dalam pengembangan masyarakat (Rosilawati & Mulawarman, 2018). Dengan mempertimbangkan program tanggung jawab sosial, perusahaan dapat berkontribusi pada kesejahteraan dan kemandirian masyarakat (Rahmadani et al., 2019). Namun, program tanggung jawab sosial perusahaan perlu disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat lokal. Oleh karena itu, perusahaan harus memahami kondisi sosial dan budaya masyarakat sekitarnya dengan baik.

Implementasi tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia sangat tergantung pada manajemen tingkat atas dalam perusahaan. Meskipun demikian, terkadang kebijakan tanggung jawab sosial tidak selalu sejalan dengan visi dan misi perusahaan. Jika manajemen perusahaan memiliki tingkat kesadaran etika yang tinggi, maka kemungkinan besar perusahaan tersebut akan mengimplementasikan kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang sesuai. Sebaliknya, jika fokus manajemen hanya terpaku pada memenuhi kepuasan pemegang saham (seperti produktivitas tinggi,

keuntungan tinggi, dan nilai saham yang tinggi) serta kesuksesan individu, maka kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) hanya akan menjadi formalitas semata.

PT Petrokimia Gresik melakukan kegiatan CSR membagikan sembako ramadhan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat. Pelaksanaan pembagian sembako dilakukan oleh beberapa karyawan PT Petrokimia Gresik Departemen CSR dan anak-anak magang dari UPN “Veteran” Jawa Timur. Selain itu acara ini bertujuan untuk mempererat persaudaraan antar sesama, meringankan beban masyarakat, mengungkapkan empati dan empati kepada masyarakat, serta membangun sikap kepedulian terhadap keadaan lingkungan.

KAJIAN TEORITIS

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah pendekatan dan kebijakan yang diadopsi oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan mempertimbangkan nilai-nilai, kepatuhan hukum, serta komitmen terhadap regulasi dan dunia bisnis. Tujuannya adalah untuk berpartisipasi secara berkelanjutan dalam pengembangan ekonomi masyarakat setempat maupun global. Tanggung jawab sosial perusahaan juga merupakan komitmen dan komitmen di dunia bisnis untuk memajukan upaya pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Dalam hal ini, perusahaan memperhatikan tanggung jawab sosialnya dan menekankan keseimbangan antara aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan di sekitar perusahaan.

Rudito dan Famiola (2007) menyampaikan pandangan alternatif mengenai tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut mereka, tanggung jawab sosial perusahaan merujuk pada kewajiban perusahaan atau organisasi untuk berperilaku secara moral dan sesuai hukum, serta berperan aktif dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan dan keluarga mereka. Di samping itu, perusahaan juga memiliki kewajiban untuk ikut serta dalam usaha meningkatkan kualitas hidup masyarakat lokal.

Penerapan program tanggung jawab sosial perusahaan dapat dilakukan pada tiga level yang berbeda. Tiga level awal dari program ini mencakup filantropi, yaitu salah satu bentuk program tanggung jawab sosial perusahaan yang menekankan pada dukungan

langsung. Jenis kegiatan lainnya adalah amal, yang merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang berfokus pada pemecahan masalah dan bantuan sebagian kepada masyarakat sekitar perusahaan. Tingkat yang terakhir yaitu kewarganegaraan, di mana program CSR bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat untuk mandiri dan mencari solusi alternatif atas permasalahan yang ada di lingkungan mereka sendiri.

Kesejahteraan Masyarakat

Kebaikan bersama adalah pendekatan yang harus menjadi prinsip dasar bagi semua lembaga pemerintah dan entitas komersial untuk memenuhi tugas dan tanggung jawab mereka dalam memberikan layanan sosial (Retnaningsih, 2015). Usaha untuk meningkatkan nilai ekonomi sangat tergantung pada beberapa faktor, termasuk kesempatan, potensi bisnis, serta akses ke modal dan pasar. Dalam konteks bisnis, masyarakat sekitar perusahaan menjadi pemangku kepentingan utama yang perlu diperhatikan dan dianalisis dengan baik. Perusahaan yang mengutamakan pengembangan dan pemberdayaan masyarakat melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) diharapkan dapat menghasilkan masyarakat yang sejahtera dan mampu mandiri secara ekonomi (Rahmadani et al. 2019). Itu berarti, menerapkan tanggung jawab sosial yang baik dan bekerja untuk tujuan tanggung jawab sosial sehingga orang dapat meningkatkan kualitas hidup mereka melalui akuisisi berbagai bentuk bantuan, seperti kebutuhan akan dukungan material, sosial dan emosional.

METODE PENELITIAN

Kegiatan Pengabdian dilakukan di 8 Kelurahan sekitar PT Petrokimia Gresik yaitu Kelurahan Kroman, Tlogopojok, Roomo, Lumpur, Sukorame, Karangpoh, Karangturi, dan Ngipik. Metode yang digunakan adalah amal yang melibatkan pembagian paket serzbako ramadhan kepada masyarakat yang membutuhkan di sekitar PT Petrokimia Gresik. Langkah-langkah yang akan dilakukan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian ini yaitu: (1) Survey pendahuluan untuk mengetahui keadaan masyarakat yang sebenarnya yang mengadi sasaran kegiatan pengabdian masyarakat yaitu masyarakat sekitar PT Petrokimia Gresik; (2) Persiapan pada tahap ini Dept. CSR yang menyiapkan barang-barang yang dibutuhkan) untuk distribusi sembako, seperti beras dan minyak serta membungkus bahan-bahan tersebut dengan tas totebag untuk memudahkan pendistribusiannya; (3) Pendistribusian dalam tahap ini dilakukan pembukaan terlebih

dahulu secara simbolis di Balai Kelurahan Kroman yang dihadiri beberapa warga kagurahan Kroman, Lurah, Camat sekitar PT Petrokimia Gresik dan dihadiri langsung Bapak Direktur Utama PT Petrokimia Gresik yaitu Bapak Dwi Satriyo Annurogo, serta didampingi oleh Direktur Keuangan dan Umum, SEVP Operasi, serta Ketua HUT Ke-51 PT Petrokimia Gresik; (4) Kegiatan Pembagian sembako secara serentak di Kelurahan sekitar PT Petrokimia Gresik; (5) Laporan kegiatan pengabdian yang dipublikasikan di Instagram Dept. CSR dan media cetak online

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam jangka waktu 1 (satu) hari. Kegiatan ini merupakan komponen dari upaya pelayanan masyarakat yang dilakukan melalui bakti sosial, seperti distribusi paket sembako kepada penduduk yang membutuhkan di sekitar area PT Petrokimia Gresik. Pendekatan partisipatif digunakan dalam berbagi atau mendistribusikan makanan pokok. Pendekatan partisipatif menitik beratkan pada proses pengumpulan dan pengimplementasian data yang melibatkan peneliti sebagai peranan utama, dengan memperhatikan gambaran yang lebih komprehensif dan disesuaikan dengan konteks sosial masyarakat yang sedang diteliti (Rahman, 2019). Pendistribusian dan pembagian paket sembako diatur secara sesuai dengan kondisi masyarakat yang benar-benar membutuhkan di sekitar wilayah PT Petrokimia Gresik.

Tabel 1. Distribusi Pembagian Sembako

No.	Nama Kelurahan	Jumlah (paket)	Persentase
1	Kelurahan Kroman	1.388	11%
2	Kelurahan Tlogopojok	2.200	17%
3	Desa Roomo	1.950	15%
4	Kelurahan Lumpur	2.205	17%
5	Kelurahan Sukorame	1.888	15%
6	Kelurahan Karangpoh	1.059	8%

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel 5.1 diatas, diperoleh informasi bahwa total paket sembako yang dibagikan yaitu terdapat 12.720 paket. Persentase distribusi pembagian sembako di sesuaikan dengan kebutuhan di setiap masing-masing Kelurahan.



Gambar 1. 1 Aktivitas dropping bantuan paket sembako di lokasi



Gambar 1 2 Aktivitas Pemberian Sembako Kepada Warga

Dalam pembagian paket sembako dilakukan secara langsung dengan turun ke masing-masing Balai Kelurahan melibatkan 8 mahasiswa dari berbagai kampus di Indonesia yang sedang melakukan magang di PT Petrokimia Gresik. Bantuan ini diharapkan dapat mendukung ibadah masyarakat, khususnya selama bulan Ramadhan, dan menambah keceriaan menyambut Idul Fitri. Dalam pendistribusian disampaikan

maksud dan tujuan untuk memperoleh barang-barang kebutuhan pokok dan diterima dengan baik oleh warga. Para warga merasa bersyukur dan sangat berterima kasih atas bantuan sembako Ramadhan yang diberikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pembagian paket sembako ramadhan di lingkungan sekitar PT Petrokimia Gresik. Dengan adanya bantuan paket sembako ramadhan diharapkan dapat mendukung ibadah masyarakat, khususnya selama bulan Ramadhan, dan menambah keceriaan menyambut Idul Fitri. Pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk bakti sosial menunjukkan tindakan nyata kepedulian terhadap lingkungan sekitar bukan hanya sebagai formalitas bentuk CSR saja.

DAFTAR REFERENSI

- Farida. (2014). Analisis Pengaruh Implementasi CSR Terhadap Kesejahteraan Sosial di BMT Umat Kudus. *Iqtishadia*, 7(2), 357-378. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/IQTISHADIA/article/view/1094/1023>
- Nugraha, A. R., Sumartias, S., E, N., & K, K. (2015). Implementasi Kegiatan CSR "Go Green Economi" berbasis kearifan lokal. *Komunikasi*, 7(2), 118-128. <https://doi.org/10.24252/assets.v12i2.32387>
- Rahmadani, Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Fungsi Corporate social responsibility(CSR) Dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat. *Share: Social Work Jurnal*, 8(2), 203-210. <https://jurnal.unpad.ac.id/share/article/view/20081/9330>. Share: SocialWorkJurnalVOLUME:8NOMOR:2HALAMAN:203-210ISSN: 2339-0042(p)ISSN:2528-1577(e)Doi:
- Rahman, A. (2019). Pendekatan Partisipatif Dalam Pengembangan Komunitas. *Modul Pengembangan Komunitas*.
- Retnaningsih, H. (2015). PERMASALAHAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM RANGKA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT. *Aspirasi*, 6(2), 177-188. <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/aspirasi/article/view/512>.
- Rosilawati, Y., & Mulawarman, K. (2018). 172Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 16, Nomor 2, Mei - Agustus 2018, halamanCorporate Social Responsibility Melalui Kearifan Lokal dalam Program Konservasi Sungai Ayung. *Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 16(2), 172-186. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/2693/2256>.
- Rudito, B., & Famiola, M. (2007). *Etika Bisnis & Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*.
- Windari, R. A., & Yuliantini. (2018). Penerapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Berbasis Kearifan Lokal di Pabrik Kata-kata Joger Tabanan. *Seminar nasional riset*, 6(1), 1-7.