

Penerapan CSR (Corporate Social Responsibility) Pada PT. Pertamina dalam Meningkatkan Tanggung Jawab Lingkungan Perusahaan

Annisa Bella Elvadri *¹
Aggraini Usti Karimah²
Iin Ulpa Midaria³
Jeni Disti Shela⁴
Muhammad Deden⁵
Murnia Adhani⁶
Novi Melya Susanti⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Akuntansi Syariah UIN Raden Intan Lampung

*e-mail : Annisabellaelvadri10@gmail.com¹ anggianggraini911@gmail.com² iinulva123@gmail.com³ jenidistishela@gmail.com⁴ Muhammadeddensaputra55@gmail.com⁵ Adhani05murnia@gmail.com⁶ novimelyasusanti@gmail.com⁷

Abstrak

Pelaksanaan Tanggung Jawab Lingkungan Perusahaan atau CSR (Corporate Social Responsibility) merupakan salah satu kewajiban yang harus dipenuhi bagi perseroan di Indonesia yang telah diatur melalui Pasal 74 ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UUPT) sebagai peraturan yang memayungi pelaksana tanggung jawab social perusahaan/ CSR di indonesia dan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas sebagai peraturan pelaksanaannya. Selain UUPT, undang-undang yang berkaitan dengan PT. Pertamina juga mengatur mengenai kewajiban pelaksanaan tanggung jawab social perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh CSR (Corporate Social Responsibility) pada PT. Pertamina dalam konteks meningkatkan tanggung jawab lingkungan perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah PT. Pertamina, dengan objek penelitian penerapan CSR (Corporate Social Responsibility) pada perusahaan kaitannya dengan meningkatkan tanggung jawab perusahaan. Penelitian ini dibuat untuk mendeskripsikan sejauh manakah program CSR yang sudah dijalankan oleh PT. Pertamina (Persero) dapat berperan dalam meningkatkan tanggung jawab perusahaan tersebut. Data yang dikumpulkan merupakan data yang diperoleh dari Annual Report PT. Pertamina (Persero) yang diambil dari IDX, artikel, dan dokumen lainnya.

Kata Kunci : Meningkatkan Tanggung Jawab Lingkungan Perusahaan

Abstract

Implementation of Corporate Environmental Responsibility or CSR (Corporate Social Responsibility) is one of the obligations that must be fulfilled by companies in Indonesia which has been regulated through Article 74 paragraph (1) of Law Number 40 of 2007 concerning Limited Liability Companies (UUPT) as the overarching regulation implementing corporate social responsibility/CSR in Indonesia and Government Regulation Number 47 of 2012 concerning Social and Environmental Responsibility of Limited Liability Companies as its implementing regulations. Apart from UUPT, laws relating to PT. Pertamina also regulates the obligations to implement corporate social responsibility.

This research aims to find out how much influence CSR (Corporate Social Responsibility) has on PT. Pertamina in the context of increasing corporate environmental responsibility. The method used in this research is descriptive qualitative research. The subject of this research is PT. Pertamina, with the research object of implementing CSR (Corporate Social Responsibility) in companies in relation to increasing corporate responsibility. This research was created to describe the extent of the CSR program that has been implemented by PT. Pertamina (Persero) can play a role in increasing the company's responsibility. The data collected is data obtained from the Annual Report of PT. Pertamina (Persero) taken from IDX, articles and other documents.

Keywords: Increasing Corporate Environmental Responsibility

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu program yang menjadi media bagi perusahaan untuk melakukan pengembangan terhadap masyarakat dengan turut mengonsiderasi situasi sosial dan lingkungan yang ada (Hohnen, 2007). Lebih lanjut menurut Paul Hohnen (2007), setiap perusahaan, baik UKM maupun perusahaan besar, memiliki karakteristik yang unik yang akan memengaruhi cara kerjanya dalam menerapkan CSR. Maka dari itu, tidak ada konsep yang “one-size-fits-all” untuk menerapkan CSR. Hohnen menerapkan kerangka model CSR yang fleksibel dan dapat disesuaikan dengan setiap perusahaan berbagai macam ukuran, yakni plan-do-check-improve.

Pelaksanaan program CSR ini merupakan bagian dari upaya menjalin hubungan yang baik dengan stakeholdernya PT. Pertamina, yaitu masyarakat Indonesia (siswa) yang dilakukan oleh Manager CSR dibawah Corporate Secretary. Walaupun namanya berbeda, namun itu merupakan fungsi dari public relations (Humas). Public Relations dapat diartikan sebagai hubungan publik atau hubungan antarpublik. Secara harfiah, public berarti sekelompok orang yang menaruh perhatian pada suatu hal yang sama, serta mempunyai minat dan kepentingan yang sama. Sedangkan relations, memiliki arti adanya hubungan yang timbal balik atau two way communication. Ruang lingkup pekerjaan PR tidak dapat terlepas dengan melakukan komunikasi dengan publik, baik itu publik eksternal maupun internal (Salam & Awza, 2007).

Public Relations adalah fungsi khusus manajemen yang membantu membangun dan memelihara komunikasi bersama, pengertian, dukungan, dan kerjasama antara organisasi dan publik, melibatkan masalah manajemen, membantu manajemen untuk mengetahui dan merespon opini publik, menjelaskan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani minat publik, membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, berguna sebagai sistem peringatan awal untuk membantu mengantisipasi tren, dan menggunakan penelitian dan teknik suara yang layak dalam komunikasi sebagai alat utama (Rumani, 2002).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Untung, 2008). Sedangkan konsep CSR mengalami perkembangan sehingga dapat dikonsepsikan sebagai konsep tanggung jawab dalam makna responsibility, liability, dan social responsibility (Wahyudi & Azheri, 2008). Pentingnya program CSR dalam memperhatikan kebutuhan dan keinginan stakeholdersnya adalah untuk meminimalisasi kemungkinan konflik yang terjadi. Maka hal ini perlu menjadi perhatian bagi seorang praktisi public relations di suatu perusahaan. Corporate Social Responsibility (CSR) didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagai sumber daya perusahaan (Kotler & Lee, 2005). Diperkuat dengan pernyataan dari Crowther David (2008) yang mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (social responsibility) menjadi tiga, yaitu (1) sustainability; (2) accountability; dan (3) transparency (Hadi, 2014).

Sustainability, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (action) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumberdaya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. Dengan demikian, sustainability berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana society memanfaatkan sumberdaya agar tetap memperhatikan generasi masa datang. Hawken menyebutkan bahwa Sustainability therefore implies that society must use no more than can be regenerated. This can be defined in term of the carrying capacity of the ecosystem (Hadi, 2014).

Accountability, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas

perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun image dan network terhadap para pemangku kepentingan. Tingkat keluasan dan keinformasian laporan perusahaan memiliki konsekuensi sosial maupun ekonomi (Hadi, 2014). Tingkat akuntabilitas dan tanggung jawab perusahaan menentukan legitimasi stakeholder eksternal, serta meningkatkan transaksi saham perusahaan.

Transparency, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal, transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi salah informasi, kesalah pahaman.

Berdasarkan konsep *Triple Bottom Line* atau tiga faktor utama operasi dalam kaitannya dengan lingkungan dan manusia (People, Profit, and Planet), program tanggung jawab sosial penting untuk diterapkan oleh perusahaan karena keuntungan perusahaan tergantung pada masyarakat dan lingkungan. Perusahaan tidak bisa mengabaikan peranan stakeholders (konsumen, pekerja, masyarakat, pemerintah, dan mitra bisnis) dan shareholders dengan hanya mengejar profit semata.

Profit merupakan satu bentuk tanggung jawab yang harus dicapai oleh sebuah perusahaan, bahan mainstream ekonomi yang dijadikan pijakan filosofis operasional perusahaan, profit merupakan orientasi utama perusahaan.

People merupakan lingkungan masyarakat (community) di mana perusahaan tersebut berada. Mereka adalah para pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan. Dengan demikian, community memiliki interelasi kuat dalam rangka menciptakan nilai bagi perusahaan. Hampir tidak mungkin, perusahaan mampu menjalankan operasi secara survive tanpa didukung masyarakat sekitar. Disitulah letak terpenting dari kemauan dan kemampuan perusahaan mendekatkan diri dengan masyarakat lewat *strategy social responsibility*.

Planet merupakan lingkungan fisik perusahaan. Lingkungan fisik memiliki signifikansi terhadap eksistensi perusahaan. Mengingat, lingkungan merupakan tempat di mana perusahaan tersebut menopang. Satu konsep yang tidak bisa diniscayakan adalah hubungan perusahaan dengan alam yang bersifat sebab-akibat.

Kerusakan lingkungan, eksploitasi tanpa batas keseimbangan, cepat atau lambat akan menghancurkan perusahaan dan masyarakat. Jika perusahaan mengabaikan keseimbangan *Triple Bottom Line* maka akan terjadi gangguan pada manusia dan lingkungan sekitar perusahaan tersebut yang dapat menimbulkan reaksi seperti demo masyarakat sekitar atau kerusakan lingkungan sekitar akibat aktifitas perusahaan yang mengabaikan keseimbangan tersebut.

Tidak ada metode yang "satu ukuran cocok untuk semua" dalam menerapkan corporate social responsibility (CSR). Setiap perusahaan memiliki karakteristik dan situasi yang unik yang akan mempengaruhi pandangannya terhadap konteks operasional dan mendefinisikan tanggung jawab sosialnya. Setiap perusahaan memiliki beragam pemahaman mengenai isu CSR dan seberapa besar hasil yang telah didapatkan dari pelaksanaan pendekatan CSR (Hohnen, 2007).

Ada hal yang perlu diperhatikan dalam melaksanakan CSR, yakni perlu selaras dengan misi perusahaan, berkaitan dengan budaya bisnis dan lingkungan perusahaan, dan bagaimana kondisi operasinya. Intinya adalah CSR perlu diintegrasikan ke dalam pengambilan inti perusahaan, strategi, proses, dan aktivitas manajemen, baik secara bertahap maupun komprehensif.

Kerangka kerja implementasi CSR yang baik berintegrasi dalam pengambilan keputusan ekonomi, sosial, lingkungan sebuah perusahaan. Paul Hohnen membuat kerangka kerja yang luas untuk melaksanakan pendekatan CSR yang dibangun atas dasar pengalaman dan pengetahuan di bidang lain seperti kualitas dan manajemen lingkungan. Kerangka ini terdiri dari perencanaan (plan), pelaksanaan (do), pengecekan (check), evaluasi (evaluate), dan pengecekan kembali (cross check). kerangka tersebut juga fleksibel disesuaikan dengan kondisi sebuah perusahaan.

Berdasarkan kerangka kerja Hohnen, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana implementasi corporate social responsibility (CSR) yang dilakukan oleh PT. Pertamina.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah PT. Pertamina, dengan objek penelitian penerapan CSR (Corporate Social Responsibility) pada perusahaan kaitannya dengan meningkatkan tanggung jawab perusahaan. Penelitian ini dibuat untuk mendeskripsikan sejauh manakah program CSR yang sudah dijalankan oleh PT. Pertamina (Persero) dapat berperan dalam meningkatkan tanggung jawab perusahaan tersebut. Data yang dikumpulkan merupakan data yang diperoleh dari Annual Report PT. Pertamina (Persero) yang diambil dari IDX, artikel, dan dokumen lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Program CSR Pada PT. Pertamina (Persero)

Secara konseptual CSR atau disebut juga tanggung jawab sosial perusahaan merupakan upaya perusahaan dalam hal mengintegrasikan kepedulian sosialnya dalam aktifitas bisnis yang dilakukan serta merupakan bentuk interaksi perusahaan dengan seluruh pemangku kepentingan (stakeholders) yang didasarkan atas prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Sedangkan secara empiris CSR dapat diterapkan oleh perusahaan dalam berbagai bentuk kegiatan kesukarelaan (voluntary). CSR yang dilakukan oleh perusahaan ini dilakukan dengan berbagai motif tergantung kepada sudut pandang dan bagaimana perusahaan memaknai CSR. Azheri dalam Pondrinal (Pondrinal, 2021) menguraikan bahwa CSR adalah suatu bentuk komitmen perusahaan dalam melaksanakan kewajiban yang didasarkan atas keputusan dalam hal penetapan kebijakan dan tindakan dengan memperhatikan kepentingan stakeholder dan juga lingkungan tempat perusahaan melaksanakan aktivitasnya dengan berlandaskan pada ketentuan hukum yang berlaku.

Esensi luhur CSR adalah memberikan yang terbaik terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar, bahkan dunia dalam ruang lingkup yang lebih luas. Secara konseptual, CSR merupakan pendekatan perusahaan dalam mengintegrasikan kepedulian sosialnya dalam aktifitas bisnis dan interaksi perusahaan dengan para pemangku kepentingan berdasarkan pada prinsip kesukarelaan dan kemitraan. CSR sebagai wujud pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Saat ini CSR dijadikan perusahaan sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan citra perusahaan.

CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah triple bottom lines, yaitu profit, people dan planet (3P). Penerapan CSR dipandang sebagai sebuah keharusan. CSR bukan saja sebagai tanggung jawab, tetapi juga sebuah kewajiban. CSR adalah suatu peran bisnis dan harus menjadi bagian dari kebijakan bisnis. Maka, bisnis tidak hanya mengurus permasalahan laba, tapi juga sebagai sebuah institusi pembelajaran. Bisnis harus mengandung kesadaran sosial terhadap lingkungan sekitar (Tanudjaja, 2006).

CSR walau masih sangat sedikit tapi sudah diatur secara tegas di Indonesia, yaitu dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, khusus untuk perusahaan-perusahaan BUMN. Setelah itu tanggung jawab sosial perusahaan dicantumkan lagi dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Sebagai salah satu perusahaan milik BUMN dan merupakan perusahaan energi nasional yang sudah berdiri selama lebih dari 60 tahun, PT. Pertamina (Persero) selalu berkomitmen untuk

senantiasa memprioritaskan keseimbangan dan kelestarian alam, lingkungan dan masyarakat. Dengan menyejahterakan manusia, alam, dan lingkungan, maka PT. Pertamina (Persero) dapat mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. PT. Pertamina (Persero) tidak hanya berkomitmen untuk menciptakan nilai tambah bagi perusahaan tapi juga bagi masyarakat luas. Nilai tambah ini tidak hanya berupa energi sumber daya alam yang dirasakan oleh orang banyak melainkan juga “energi” positif lainnya, seperti akses terhadap pendidikan yang lebih baik, kemandirian ekonomi, serta pelestarian lingkungan, yang pada akhirnya untuk menuju kehidupan yang lebih baik, sesuai visi tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) Pertamina.

Untuk mewujudkan semua itu, Pertamina menentukan beberapa inisiatif strategi sebagai bentuk rasa komitmennya, salah satunya adalah program Corporate Social Responsibility (CSR). Tujuan dari program tersebut adalah untuk menaikkan kredibilitas dan reputasi Pertamina melalui berbagai kegiatan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan yang berhubungan dan berkaitan dengan strategi bisnis. Komitmen tersebut diimplementasikan kedalam beberapa kegiatan CSR yang meliputi bidang kesehatan, infrastruktur, lingkungan, bantuan khusus, manajemen bencana, dan pendidikan. Pola implementasi kegiatan CSR Pertamina menggunakan pola terlibat secara langsung dengan menyediakan sendiri program kegiatannya. Namun ada pula program yang menggunakan pola implementasi dengan cara bekerjasama dengan lembaga lain atau NGO tetapi tidak mendirikan yayasan sendiri.

Komitmen yang ditetapkan oleh PT. Pertamina (Persero) ini sejalan dengan misi CSR perusahaan itu sendiri yang mencakup:

1. Melaksanakan komitmen korporat atas Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang akan memberikan nilai tambah kepada semua pemangku kepentingan untuk mendukung pertumbuhan perusahaan.
2. Melaksanakan tanggung jawab korporat dan kepedulian sosial untuk sebuah pembangunan masyarakat yang berkelanjutan.

Dalam menerapkan setiap program CSR, PT. Pertamina (Persero) juga berpegang pada prinsip CSR yang mereka miliki. Prinsip CSR PT. Pertamina (Persero) mengacu pada ISO 26000, yang berisikan:

1. Konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat.
2. Mempertimbangkan ekspektasi semua stakeholder.
3. Taat hukum dan konsisten dengan norma internasional.
4. Terintegrasi ke dalam bisnis.

Peran Program CSR PT. Pertamina dalam Meningkatkan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan

Sebagai perusahaan energi nasional, Pertamina berkomitmen untuk senantiasa memprioritaskan keseimbangan dan kelestarian alam, lingkungan dan masyarakat. Dengan menyejahterakan manusia, alam, dan lingkungan, maka Pertamina akan mampu mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Pertamina menetapkan beberapa inisiatif strategis sebagai wujud komitmennya:

1. Pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan (melalui pendidikan perubahan perilaku, pola pikir, serta pelatihan keterampilan dan kesehatan)
2. Berwawasan pelestarian lingkungan
3. Terkait strategi bisnis
4. Dilaksanakan secara tuntas (termasuk penyediaan prasarana, perubahan pola pikir, perilaku, tata nilai, dan membekali dengan pengetahuan/keterampilan).

Pertamina mengelola kegiatan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) yang mencakup program Corporate Social Responsibility (CSR), program Bina Lingkungan (BL) dan Program Kemitraan (PK).

Program CSR

Tujuan strategis program CSR Pertamina adalah meningkatkan reputasi dan kredibilitas Pertamina melalui kegiatan TJSL yang terintegrasi dengan strategi bisnis. Untuk mewujudkan tujuan ini, Pertamina mengimplementasikan strategi-strategi besar, seperti:

1. Saling memberi manfaat (fair shared value)
2. Berkelanjutan
3. Prioritas wilayah operasi dan daerah terkena dampak
4. Pengembangan energi hijau sebagai tanggung jawab terhadap dampak operasi

Sosialisasi dan publikasi yang efektif Pada 2016, Pertamina memfokuskan pelaksanaan CSR guna mendukung pencapaian PROPER dengan mengedepankan aspek lingkungan, baik alam dan masyarakat sesuai persyaratan yang ditetapkan oleh Dewan PROPER (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Indonesia).

Ruang Lingkup Kegiatan

Komitmen Pertamina dalam melaksanakan TJSL diwujudkan dalam berbagai kegiatan CSR yang meliputi bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan, infrastruktur, pemberdayaan masyarakat, manajemen bencana, maupun bantuan khusus. Realisasi kegiatan dilaksanakan oleh seluruh unit kerja fungsi CSR Pertamina, baik di kantor pusat, unit operasi, maupun anak perusahaan. Beberapa kegiatan khususnya di bidang pendidikan dilakukan bersama dengan Pertamina Foundation. Di bawah payung tema “Pertamina Sobat Bumi”, Pertamina mengimplementasikan program CSR untuk tujuan people, planet, and profit (3P). Tujuan ini menjadi fokus Pertamina dalam menjalankan operasinya, di mana produk-produk yang dikembangkan dan jasa yang diberikan peduli terhadap kelestarian lingkungan khususnya bumi untuk kepentingan dan masa depan generasi yang akan datang. CSR Pertamina berfokus pada empat isu yang menjadi pilarnya yaitu:

1. Pertamina Cerdas
2. Pertamina Sehati
3. Pertamina Hijau
4. Pertamina Berdikari

Sebagai Perusahaan yang bergerak di industri yang berkaitan dengan Sumber Daya Alam (SDA), PERTAMINA sangat menyadari bahwa kegiatan usahanya dapat memberikan dampak negatif terhadap lingkungan hidup. Pekerjaan penambangan dapat mengakibatkan terjadinya perubahan bentang alam yang jika tidak ditangani dengan baik maka akan memberikan efek yang negatif terhadap lingkungan secara umum. Pertamina berkomitmen untuk terus mengurangi jejak lingkungan Perusahaan. Komitmen tersebut tertuang dalam Kebijakan Keberlanjutan Pertamina.

Pertamina telah memetakan permasalahan lingkungan yang relevan dengan Perseroan. Pemetaan dilakukan bersamaan dengan penyusunan Laporan Keberlanjutan dengan menggunakan metode survey dan Focus Group Discussion yang melibatkan stakeholder internal dan eksternal PERTAMINA. Berdasarkan hasil pemetaan tersebut, setidaknya terdapat 5 isu lingkungan yang paling relevan dengan PERTAMINA, yaitu: emisi GRK dan Non-GRK, limbah, kualitas air, keanekaragaman hayati dan konservasi lingkungan.

Pertamina memiliki komitmen yang kuat dalam menjaga kelestarian lingkungan dan melakukan berbagai upaya untuk meminimalkan dampak negatif dari operasinya terhadap lingkungan. Berikut adalah beberapa kegiatan yang dilakukan oleh PERTAMINA dalam pelestarian lingkungan:

1. Pengelolaan Limbah
2. Program Penghijauan
3. Reforestasi dan Reklamasi Lahan Terdegradasi
4. Pemantauan Kualitas Udara, Air dan Tanah
5. Konservasi Satwa Liar
6. Pengurangan Emisi Gas Rumah Kaca
7. Edukasi dan Pelatihan

Pertamina menyiapkan perangkat penunjang. pelaksanaan tanggung jawab perusahaan dengan menyediakan mekanisme pelaporan pengaduan dan penanganan konflik terkait lingkungan yang mungkin timbul sebagai dampak dari kegiatan operasional PERTAMINA. Pengaduan masalah lingkungan tersebut disampaikan kepada Call Center 135.

Tahun 2022, realisasi biaya lingkungan PERTAMINA mencapai Rp1,52 triliun meningkat 24,29% dari tahun. sebelumnya sebesar Rp1,22 triliun. Biaya lingkungan terbesar berasal dari subholding upstream yang mencapai Rp1.078,75 miliar.

Salah satu wujud komitmen dan upaya Pertamina dalam pemenuhan ketaatan pengelolaan lingkungan yang sekaligus juga menjadi sarana dalam melakukan evaluasi atas pengelolaan lingkungan Pertamina mendorong Subholding maupun entitas anak dan unit operasi/unit bisnis, untuk turut serta dalam PROPER Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan yang diselenggarakan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK).

Dalam kurun waktu Agustus-Oktober 2022, setidaknya ada 4 kegiatan CSR yang dilakukan oleh Pertamina yang merupakan perwujudan dari 4 pilar TJSL, diantaranya :

1. Pertamina Cerdas untuk bidang Pendidikan, melalui Progam Pertamina Cerdas, Pertamina melaksanakan sejumlah program pendidikan, mulai dari pendidikan anak usia dini, sekolah dasar dan lanjutan hingga pendidikan tinggi.
2. Pertamina Sehat untuk bidang kesehatan Aspek kesehatan merupakan salah satu perhatian utama Pertamina dalam melaksanakan kegiatan CSR dan dalam mewujudkan Tujuan ke-3 SDGs, yakni Kehidupan Sehat dan Sejahtera. Pertamina menunjukkan kepeduliannya terhadap aspek kesehatan melalui Program Pertamina Sehat. Pertamina Sehat memayungi program-program di bidang kesehatan, khususnya kesehatan ibu dan anak.
3. Pertamina Hijau untuk bidang pelestarian lingkungan. Pada pilar ke tiga ini Pertamina menunjukkan kepedulian Perseroan yang tinggi terhadap pelestarian lingkungan melalui Program Pertamina Hijau. Dalam program ini, dilaksanakan beberapa kegiatan, diantaranya adalah Program Keanekaragaman Hayati & Program Penanaman Mangrove. Sebagai upaya penyelamatan dan pemulihan lingkungan dari semakin meningkatnya gas rumah kaca yang menjadi penyebab utama pemanasan global dan perubahan iklim, serta mewujudkan kelestarian ekosistem.
4. Pertamina Berdikari untuk bidang pemberdayaan dan ekonomi. Pertamina Berdikari memayungi program-program pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal. Melalui Program Pertamina Berdikari, Pertamina berharap dapat membangun dan mengembangkan kemandirian ekonomi masyarakat di sekitar wilayah operasinya.

Ini membuktikan bahwa PT. Pertamina (Persero) memang benar-benar melakukan komitmennya sebagai perusahaan yang kegiatannya berkaitan langsung dengan alam dan membuktikannya melalui setiap program CSR, yang tidak hanya peduli pada masyarakat, tetapi juga pada lingkungan dan juga perkembangan berkelanjutan.

KESIMPULAN

CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah triple bottom lines, yaitu profit, people dan planet (3P). Penerapan CSR dipandang sebagai sebuah keharusan. CSR bukan saja sebagai tanggung jawab, tetapi juga sebuah kewajiban. CSR adalah suatu peran bisnis dan harus menjadi bagian dari kebijakan bisnis. Maka, bisnis tidak hanya mengurus permasalahan laba, tapi juga sebagai sebuah institusi pembelajaran. Bisnis harus mengandung kesadaran sosial terhadap lingkungan sekitar (Tanudjaja, 2006).

Sebagai salah satu perusahaan milik BUMN dan merupakan perusahaan energi nasional yang sudah berdiri selama lebih dari 60 tahun, PT. Pertamina (Persero) selalu berkomitmen untuk

senantiasa memprioritaskan keseimbangan dan kelestarian alam, lingkungan dan masyarakat. Dengan menyejahterakan manusia, alam, dan lingkungan, maka PT. Pertamina (Persero) dapat mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. PT. Pertamina (Persero) tidak hanya berkomitmen untuk menciptakan nilai tambah bagi perusahaan tapi juga bagi masyarakat luas. Nilai tambah ini tidak hanya berupa energi sumber daya alam yang dirasakan oleh orang banyak melainkan juga “energi” positif lainnya, seperti akses terhadap pendidikan yang lebih baik, kemandirian ekonomi, serta pelestarian lingkungan, yang pada akhirnya untuk menuju kehidupan yang lebih baik, sesuai visi tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) Pertamina.

Komitmen yang ditetapkan oleh PT. Pertamina (Persero) ini sejalan dengan misi CSR perusahaan itu sendiri yang mencakup:

1. Melaksanakan komitmen korporat atas Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang akan memberikan nilai tambah kepada semua pemangku kepentingan untuk mendukung pertumbuhan perusahaan.
2. Melaksanakan tanggung jawab korporat dan kepedulian sosial untuk sebuah pembangunan masyarakat yang berkelanjutan.

Hal inilah yang terjadi pada PT. Pertamina (Persero), selain berhasil meningkatkan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan mereka melalui penerapan CSR yang baik, mereka juga dapat memenuhi komitmen mereka untuk terus menjaga kelestarian lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemberdayaan secara berkelanjutan. Secara keseluruhan CSR yang PT. Pertamina (Persero) terapkan sudah berjalan dengan optimal dan sesuai dengan visi, misi, prinsip serta strategi CSR yang mereka miliki, terbukti dengan pengimplementasian program CSR yang terarah sehingga dapat memberikan input yang positif bagi perusahaan, baik itu peningkatan citra, reputasi, maupun kredibilitas perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hildawati, and Dedy Afrizal, 'KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP PELAKSANAAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT . PERTAMINA RU II DUMAI COMMUNITY SATISFACTION WITH THE IMPLEMENTATION OF THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PROGRAM (Corporate Social Responsibility).', 14, 2007
- Ibrahim, Afifah Izzaturrahmi, Lukiati Komala Erdiyana, and Aat Ruchiat Nugraha, 'Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Pertamina (Persero) Pada Program Siswa Mengenal Nusantara', *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9.2 (2021), 85–96 <<https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.2363>>
- Marnelly, T Romi, 'Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori Dan Praktek Di Indonesia', *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 2.2 (2012), 49–59
- Mayasari, Silvina, 'Implementasi Corporate Social Responsibility Pt Pertamina (Persero) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Indonesia', *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7.4 (2022), 193 <<https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v7i4.1952>>
- Nurjani, Melanie, and Risna Resnawaty, 'Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Pt Pertamina Melalui Program Pertamina Cerdas', *Share : Social Work Journal*, 13.1 (2023), 74 <<https://doi.org/10.24198/share.v13i1.46499>>
- Oktina, Dina Anggresia, Eka Septiana Sari, Intan Angelina Intan Angelina Sunardi, Laili Nurul Hanifah, and Vicky F Sanjaya, 'Pengaruh Penerapan Strategi Csr (Corporate Social Responsibility) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada Pt. Pertamina (Persero) Tahun 2018', *Competence : Journal of Management Studies*, 14.1 (2020), 184–202 <<https://doi.org/10.21107/kompetensi.v14i1.7170>>
- Pertamina, 'Evolving PT Pertamina (Persero) Annual Report', 2022, 1–748 <<https://www.pertamina.com/id/dokumen/laporan-tahunan>>
- Semarang, Pertamina, Persero Ditinjau, Dari Undang, Samuel Ronatio Adinugroho, Joko Priyono,

Program Studi, and others, 'PELAKSANAAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN PT. PERTAMINA SEMARANG (PERSERO) DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NO 40 TAHUN 2007 TENTANG PERSEROAN TERBATAS', 6 (2017), 1-14