

JURNAL KOMUNIKASI

Volume 3, Nomor 2, April 2009

ISSN 1907-848X

Halaman 115 - 206

DAFTAR ISI

CSR DALAM BINGKAI KOMUNIKASI

Editorial

Communicating Corporate Social Responsibility

Nia Sarinastiti

(115 - 126)

Corporate Social Responsibility (CSR): the Communication Challenge

Dyah Pitaloka

(127 - 134)

Public Relations (PR) dan Corporate Social Responsibility (CSR): Memperkuat Fungsi dan Posisi dalam Manajemen Strategis

Abdul Rohman

(135 - 150)

Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Aktualisasi Zakat, Infaq dan Shadaqah (ZIS)

Marfuah Sri Sanityastuti

(151 - 162)

Pengaruh Program Corporate Social Responsibility (CSR) dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Telkom Kandatel Yogyakarta

Nita Megayanti & Abdul Rohman

(163 - 172)

Mengkritisi Program Tanggungjawab Sosial Perusahaan (CSR) di Perusahaan Migas Sumbagsel

Masduki

(173 - 180)

Kontradiksi Bumi Papua: Tinjauan Kritis Program CSR PT. Freeport Indonesia di Papua

Fatma Dian Pratiwi

(181 - 188)

Mencari Solusi Kritis di Tengah Krisis

Puji Hariyanti

(189 - 198)

Praktik Public Relations (PR) di Indonesia (Masa Lalu, Masa Kini, dan Masa Datang)

Widodo Muktiyo

(199 - 206)

Mengkritisi Program Tanggungjawab Sosial Perusahaan (CSR) di Perusahaan Migas Sumbagsel

Masduki¹

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) as a form of corporate self-regulation integrated into a business model is still subject to much debate and criticism. Ideally, CSR policy would function as a built-in, self-regulating mechanism whereby business would monitor and ensure their adherence to law, ethical standards, and international norms. In case of mining industry, corporate would embrace responsibility for the impact of their activities on the environment, consumers, employees, communities, stakeholders and all other members of the public sphere. In South Sumatera and Jambi Province, CSR which was implemented through various community development programs is still face many problems such us limitation of fund, skilled staff and conflict resolution based approach. Still there is a need to transform the concept of CSR from corporate charity or corporate philanthropy to corporate citizenship.

Keywords:

CSR, Community Development, Citizenzhip

Pendahuluan

CSR atau *corporate social responsibility* telah menjadi wacana akademik dan isu global yang diadopsi perusahaan multinasional. Bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia, terutama yang berskala besar seperti perusahaan tambang minyak dan gas, CSR yang antara lain fomulasinya lewat program *Community Development (CD)* dipersepsi sebagai isu ganda, sosial dan politik. Eksistensi CSR di Indonesia awalnya hanya berlaku untuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang didasarkan pada Keputusan Menteri BUMN No. 236/MBU/2003. Keputusan ini mengharuskan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) menyisihkan sebagian laba untuk pemberdayaan masyarakat lewat Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan (PKBL). Keputusan ini ditindaklanjuti dengan petunjuk pelaksanaan melalui surat edaran Menteri BUMN, SE No. 433/MBU/2003.

Keberadaan dan keharusan CSR di Indonesia kemudian berlaku meluas setelah tercantum resmi dalam UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. UU ini memuat kewajiban perusahaan yang mengeksplorasi sumber daya alam untuk melakukan CSR. *World Business Council for Sustainable Development (2009)*, mendefinisikan CSR sebagai berikut:

¹ Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, FPSB Universitas Islam Indonesia dan Peneliti pada Pusat Studi Keamanan dan Perdamaian (PSKP) Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

"The continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce, and their families, as well as of the local community and society at large."

Secara implisit, definisi ini menempatkan organisasi perusahaan sebagai penanggung jawab sosial tidak hanya kepada konsumen/pengguna produknya, tetapi pekerja, *shareholders*, dan masyarakat yang berada di lingkungan perusahaan sebagai suatu 'keharusan ekologis'. Maknanya, melampaui komitmen ekonomi atau politik yang bersifat pragmatis dan sesaat.

Steiner (1994) seperti dikutip Badaruddin (2008) menyebut tiga alasan penting mengapa pebisnis mau dan harus merespons dan mengembangkan agenda CSR. Pertama, perusahaan adalah makhluk masyarakat dan karenanya harus merespons permintaan masyarakat. Pergeseran harapan masyarakat terhadap fungsi perusahaan menuntut perusahaan melakukan CSR. Kedua, kepentingan bisnis dalam jangka panjang ditopang oleh semangat tanggung jawab sosial itu sendiri. Arena bisnis dan masyarakat memiliki relasi simbiotik mutualisme. Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada upaya untuk bertanggung jawab terhadap masyarakat sebagai bagian dari aktivitas bisnisnya. Sebaliknya, kesejahteraan masyarakat tergantung keuntungan yang dihasilkan dan tanggung jawab perusahaan. Ketiga, kegiatan CSR merupakan salah satu cara untuk mengurangi atau menghindari kritik masyarakat, dan akhirnya bermuara kepada mempengaruhi peraturan pemerintah.

CSR juga berkaitan dengan penguatan citra perusahaan (*corporate image*) sebagai salah satu *enabler* dalam pemasaran, secara langsung maupun tidak langsung (AB. Susanto, 2006). Citra korporat pada hakikatnya adalah persepsi publik terhadap perusahaan. Dalam persepsi publik, citra perusahaan terbentuk dari asosiasi antara perusahaan sebagai subyek dan atribut-atributnya seperti: baik, buruk, berkualitas, peduli lingkungan, bertanggung jawab dan lain-lain. Bahkan CSR terkait dengan prinsip *Good Corporate Governance* yang meliputi empat hal pokok, yaitu *fairness, transparency, accountability* dan *responsibility*. Dalam sebuah perusahaan yang memiliki korelasi signifikan dengan publik, diperlukan keterbukaan informasi kepada pemegang saham, keterbukaan informasi dalam derajat tertentu kepada *stakeholders* yang lain, terkait model kebijakan, pelaksanaan suatu kebijakan, bagaimana tanggung jawab pelaksana terhadap implementasi kebijakan.

Di lingkungan perusahaan minyak dan gas (Migas), CSR telah menjadi salah satu kegiatan rutin yang melibatkan Badan Pelaksana Migas (BP Migas) selaku regulator. Observasi yang dilakukan tim peneliti menemukan fakta, CSR dijadwalkan, dianggarkan dan divisinyapun telah didirikan sebagai institusi pelaksana. CSR telah diyakini akan mengurangi eskalasi konflik yang semakin tinggi di kawasan tambang Migas, tidak hanya di Indonesia tetapi di seluruh dunia. Dalam industri ekstraktif Migas, konflik bisa terjadi di setiap tahapan kegiatan. Mulai dari kegiatan eksplorasi (praproduksi), eksploitasi (produksi), maupun pascaeksploitasi (pascaproduksi). Isu dan sumber konfliknya beragam, mulai dari masalah perijinan, status tanah adat, kompensasi dan efek dari pembebasan lahan, dan lain-lain.

Masalah-masalah tersebut dapat dikelompokkan dalam dua isu besar: Pertama, minimnya komunikasi dan kurangnya pelibatan *stakeholder* dalam aktifitas tambang

yang kemudian memicu konflik horizontal. Pelibatan *stakeholders* adalah salah satu cara perusahaan mengenalkan pandangan (visi dan misi) mereka kepada masyarakat di sekitar wilayah operasi. Kedua, isu lingkungan yang jika tidak dikelola dengan baik akan memunculkan problem ekonomi penduduk lokal, kesehatan, kerusakan alam, dan lain-lain. Permasalahan tersebut akhirnya memicu kecaman berbagai pihak yang berujung pada penurunan citra perusahaan Migas di mata publik.

Salah satu alternatif untuk pemecahan masalah atas kedua isu ini adalah melakukan tindakan-tindakan proaktif, melibatkan masyarakat untuk suatu program sosial berkelanjutan yang dibalut dalam *Community Development (CD)*. Masalahnya, apakah program CD telah dikonsepsi, diimplementasikan secara benar? Perbedaan persepsi masih terjadi di lingkungan pengelola industri Migas terkait eksistensi dan format program CSR sehingga berimplikasi kepada perumusan konsepsi, kebijakan pendanaan terhadap program CSR yang juga tidak konsisten.

Tulisan ini mencoba menyajikan temuan riset yang dilakukan tim Pusat Studi Keamanan dan Perdamaian (PSKP) Universitas Gadjah Mada Yogyakarta pada program CSR di beberapa perusahaan Migas yang beroperasi di Provinsi Jambi dan Sumatera Selatan yang digelar sepanjang November-Desember 2008.

CSR di Perusahaan Migas

Era tahun 1970 hingga 1980-an merupakan masa perkembangan yang signifikan dalam diskusi akademik terkait konsep CSR, terutama di lingkungan industri Migas. Isu kelangkaan minyak dan ancaman punahnya kandungan minyak memicu kekhawatiran penutupan ribuan kilang minyak di berbagai belahan dunia. Penutupan ini akan menyebabkan terlantarnya aset perusahaan minyak multinasional yang berpotensi bagi aksi kriminalitas dan pencemaran lingkungan. Shell adalah salah satu perusahaan minyak dunia yang pertama kali menginisiasi transformasi peran perusahaan dari bisnis semata ke peran sosial. Di negara-negara berkembang seperti Nigeria, Shell melakukan program CD sejak pra, saat dan pascaproduksi minyak sejak tahun 1960-an, antara lain melalui program beasiswa dan pengembangan pertanian. Program ini dilanjutkan pada infrastruktur fisik.

Shell memperkenalkan tiga model program yang dinilai melampaui konsepsi program CSR yang bersifat karitatif. Pertama, *Voluntary Principles and Human Rights*. Dalam program ini, Shell mengedepankan sistem manajemen risiko keamanan operasi yang dikaitkan dengan komitmen HAM melalui pelatihan satuan keamanan, bantuan program keamanan swakarsa dan lain-lain. Misalnya Shell melatih setidaknya 820 staf untuk peduli HAM. Kedua, *Tackling Corruption*. Shell mendukung gerakan antikorupsi, mengimplementasikan ketentuan pemerintah federal terkait etika dan aturan hukum yang melarang korupsi, baik di internal perusahaan maupun eksternal melalui seminar, lokakarya dan sebagainya. Shell memberikan sanksi terhadap staf yang terlibat korupsi. Ketiga, *Diversity and Inclusiveness*. Shell menganut kesamaan hak bagi staf sejak rekrutmen hingga pengembangan karir, menggelar seminar dan kampanye kesetaraan hak pekerja dan kesetaraan gender di masyarakat luas bekerjasama dengan lembaga nirlaba (Omiyi, 2007).

Di Indonesia, Shell Indonesia meluncurkan program "Road Safety: Think Safety, Act Safely" dengan melibatkan siswa-siswi Sekolah Dasar di Jakarta bulan Mei 2008. Program ini bertujuan memberikan kontribusi secara aktif terhadap keselamatan dan keamanan berkendara di jalan. Mengacu kepada model program yang dikembangkan Shell di atas, maka keterkaitannya dengan *stakeholders* di industri Migas dapat digambarkan berikut:

Aspects	Voluntary Principles and Human Rights	Tackling Corruption	Diversity and Inclusiveness
Corporate	+	+	+
Government		+	
Civil Society	+	+	+

Sumber: Omiyi, Basil, 2007

Kotler dan Lee (2005) menyebut sejak tahun 1990-an telah terjadi pergeseran pendekatan korporasi dalam melaksanakan CSR. Semula CSR dilaksanakan dalam kerangka tradisional atau implementasinya dianggap sebagai beban. Kini timbul kesadaran CSR bagian integral strategi bisnis korporasi, implementasinya justru mendukung tujuan-tujuan bisnis inti, antara lain melalui pola CD. CD adalah konsep final pemikiran tentang CSR karena ia tidak menganut model karitatif dari tindakan komunikasi perusahaan kepada masyarakat, tetapi menekankan kepada program yang memberdayakan ekonomi, sosial, dan budaya secara berkelanjutan (*sustainability*). Implikasinya, perusahaan berkembang secara berkelanjutan pula. Program-program CD lebih dimaknai sebagai investasi jangka panjang suatu perusahaan (Badaruddin, 2008).

Dalam bahasa Preston dan Post (1975), motivasi dan bentuk CSR telah bertransformasi dari *Corporate Charity*, *Corporate Philantrophy* menjadi konsep *Corporate Citizenship* yang digambarkan sebagai berikut:

Corporate citizenship is a company's management of its influences on and relationships with the rest of society. The definition of corporate citizenship includes two important concepts. First, it recognises that the business organisation has an 'impact on' the society and the environment and that 'it affects other parties'. This leads us to the broad concept of stakeholders. Second, it recognises that the business organisation has cultural, social and environmental 'responsibilities' to society (stakeholders). This leads us to the whole issue of collaboration. Therefore, the analysis of and work on corporate citizenship implies the analysis of and work on stakeholders and collaboration.

Kedua konsep tersebut menekankan dua kata kunci, yaitu *stakeholders* dan *collaboration*, dua aspek yang menjadi fokus keberadaan CSR. Secara sosiologis, bagi Badaruddin, CSR akan membangun atau memulihkan modal sosial dalam masyarakat

yang terdiri dari: (1) hubungan saling percaya (*trust*); (2) jaringan sosial (*social networks*) (3) pranata (*institutions*); dan (4) resiprositas (pertukaran timbal balik) yang melibatkan tiga pihak: pemerintah, masyarakat sipil dan perusahaan. Korporat memiliki kelebihan dalam hal penghantaran sumber daya finansial melalui program CSR. Bila korporat sungguh-sungguh bersedia menyisihkan 1-5% saja dari labanya, maka dana triliunan rupiah dapat digunakan sebagai dana program CSR. Pemerintah juga memiliki kelebihan dalam penghantaran finansial dan membuat regulasi yang terkait implementasi CSR. Sementara itu, masyarakat sipil memiliki kelebihan dalam hal melakukan kontrol dan partisipasi sosial.

Temuan di Sumbagsel

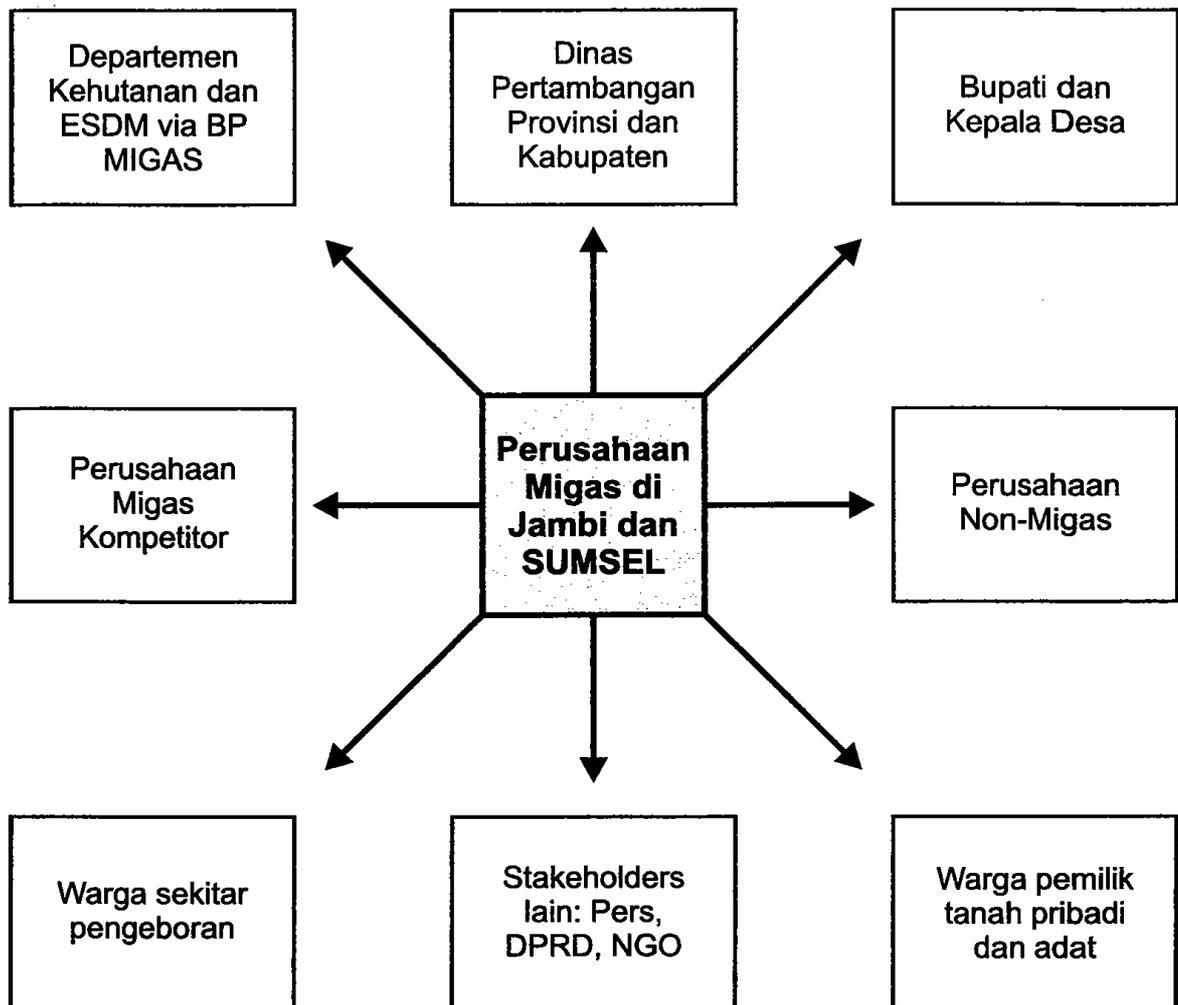
Berdasarkan hasil identifikasi awal BP Migas, ditemukan fakta bahwa konflik Migas yang terjadi di Sumatera Bagian Selatan khususnya Jambi dan Sumatera Selatan adalah: (1) konflik antara perusahaan migas dengan masyarakat diakibatkan permasalahan kompensasi, penggantian ganti rugi tanah yang diluar batas harga kewajaran dan permasalahan tanah Ulayat/Adat; (2) konflik perusahaan Migas dengan pemerintah daerah berdampak pada penghambatan proses eksplorasi maupun aktivitas industri, menurunkan citra industri ekstraktif dan menghambat masuknya investor untuk berinvestasi; (3) permasalahan lingkungan, berupa tuntutan jaminan lingkungan dalam bentuk deposit uang oleh masyarakat.

Identifikasi masalah ini dialami Pusat Studi Keamanan dan Perdamaian UGM dengan melakukan riset untuk menemukan model manajemen konflik sosial dan lingkungan serta cara-cara penanganannya untuk tiga tahap, yaitu eksplorasi (praproduksi), maupun masa eksplorasi, dan pascaproduksi. Untuk mendapatkan fakta-fakta empiris dilakukan observasi langsung ke lokasi tambang, wawancara dengan tokoh-tokoh kunci yang meliputi para aktifis LSM lokal, pengambil keputusan perusahaan dan pemerintah setempat dan pengamat industri Migas.

Juga dikumpulkan data sekunder dokumen media di provinsi, kabupaten/kota, hingga desa/kelurahan dan data statistik maupun nonstatistik dari tingkat provinsi maupun kabupaten/kota, termasuk yang diterbitkan perusahaan Migas. Sedangkan analisis terhadap program CD ditempuh dengan mencermati berkas dokumen program kerja divisi CD tahun 2007/2008 dan wawancara dengan beberapa staf CD di empat perusahaan tambang terbesar Migas di Jambi, yaitu: PetroChina, Pertamina EP Batanghari, Pearl Oil, Pertamina UBEP Muara Jambi.

Terhitung sejak pascareformasi politik 1998, industri Migas di Indonesia sudah memasuki era baru dengan pendekatan pengelolaan yang juga baru. Sejak tahun 2006 diperkenalkan paradigma baru industri pertambangan yang meliputi empat hal. (1) Pencegahan dan pengendalian pencemaran: industri mengintegrasikan pencegahan dan pengendalian lingkungan dari awal. (2) Hak dan kewajiban: regulator dan industri menghormati hak dan kewajiban masing-masing. (3) Kemitraan dan kerjasama: standard operasi ditetapkan bersama-sama. (4) Saling ketergantungan: semua pihak terkait dalam industri saling membantu dan mengisi (Pribadi, 2007).

Stakeholders yang berinteraksi dan berkepentingan dalam industri Migas di Provinsi Jambi dan Sumatera Selatan ternyata tidak hanya meliputi tiga pihak: pemerintah, perusahaan dan masyarakat sipil, akan tetapi sangat meluas seperti dapat dicermati dalam skema sebagai berikut:



Skema ini menjelaskan kompleksitas relasi antara institusi dalam industri tambang Migas yang berimplikasi kepada pengembangan model CSR yang juga harus melingkupi semua pihak tersebut, meskipun prioritasnya adalah kepada warga sekitar atau masyarakat korban di lokasi pertambangan. Dari analisis atas program CD, temuan fakta empiris penting dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bentuk program CD yang dilakukan sudah cukup bervariasi, dari infrastruktur fisik, pendidikan, lingkungan, ekonomi, kesehatan hingga sosial budaya (FASUM).
2. Program CD telah melalui standard operasional prosedur yang baku, sejak perencanaan dengan melibatkan warga dan aparat pemerintah, kontrol atas pelaksanaan dan evaluasi hasilnya yang dilakukan secara terbuka dan menganut prinsip partisipasi komunitas.

3. Bentuk program juga seimbang antara yang bersifat karitatif-konsumtif dengan yang bersifat produktif dan kreatif.

Beberapa persoalan masih dihadapi dalam pengelolaan program CD dan divisi yang menanganinya seperti dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Volume dan jangkauan program kerja masih terbatas, terutama hanya dirasakan masyarakat yang berlokasi di ring satu (lingkungan masyarakat yang paling dekat lokasi tambang)
2. Implementasi program masih tampak tidak tuntas, bertahap sehingga berdampak pada ketidakstabilan pemanfaatan oleh masyarakat, misalnya pembangunan masjid yang harus menunggu dua hingga tiga tahun anggaran
3. Tidak semua program kerja terkait dengan konsep dan aplikasi manajemen konflik di tengah masyarakat yang multikultural, program kerja justru memicu konflik baru akibat terjadinya diskriminasi
4. Program kerja masih dominan berjalan untuk kepentingan pada saat operasi pengeboran, bukan sebelum atau sesudahnya

Penyebab timbulnya keempat masalah tersebut berasal dari empat kondisi obyektif: Pertama, alokasi dana CD yang terbatas baik dari pemerintah/BP Migas maupun perusahaan setempat. Kedua, SDM yang tidak intensif mengelola divisi CD karena terlibat pula pada aktifitas lain di bidang kehumasan bahkan di bidang negosiasi hukum dan ketiga, pemahaman dan analisis sosial, manajemen konflik yang kurang dari pengelola program CD sehingga kerap kali gagal untuk memahami kebutuhan warga sekitar tambang.

Penutup

Pemahaman dan komitmen perusahaan Migas atas pelaksanaan CD sebagai bagian dari program CSR harus selalu ditempatkan dalam kerangka integrasi sosial dan integrasi pertumbuhan ekonomi perusahaan, bukan program politis yang ditujukan untuk memenuhi kewajiban sebagaimana diatur dalam UU. Perbedaan interpretasi dan sikap terhadap CSR di lingkungan industri Migas harus segera diakhiri dengan membuat rumusan yang baku dan diacu semua pihak. Keunikan dan kekhasan yang dikembangkan perusahaan multinasional sekelas Shell harus menginspirasi perusahaan Migas lokal sehingga program CD dapat mengurangi potensi konflik yang kerap kali terjadi antara warga-perusahaan.

Tiga sektor: negara, perusahaan dan masyarakat sipil yang diwakili perguruan tinggi, LSM dan tokoh lokal harus terus berkomunikasi untuk menjaga dan mengembangkan program CD yang tepat pilihan bentuknya dan tepat sasaran kepada yang berhak. Secara teknis, diperlukan upaya penguatan yang terencana terhadap divisi CD sebagai institusi yang berperan setara dengan institusi lain dalam manajemen konflik di perusahaan Migas, diperlukan penguatan kompetensi program CD melalui pelatihan pemahaman manajemen konflik bagi staf CD. Komitmen untuk pengembangan CSR harus ditunjukkan perusahaan Migas dengan mengalokasikan dana lebih memadai serta pengadaan personil yang berkompeten.

Daftar Pustaka

- Badaruddin, 2008. *Implementasi Tanggungjawab Sosial Perusahaan Terhadap Masyarakat Melalui Pemanfaatan Potensi Modal Sosial*, Pidato Guru Besar di FISIPOL Universitas Sumatera Utara, 12 April 2008
- Kotler, Philip dan Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Omiyi, Basil, 2007. *Corporate Social Responsibility in the Oil and Gas Industry*, International Conference on Corporate Social Responsibility, Abuja, 6-7 March 2007
- Preston, L., and J. Post, 1975. *Private Management and Public Policy: The Principle of Public Responsibility*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall
- Pribadi, Priyo, *Peranan Asosiasi dalam Peningkatan Kualitas Program CSR Perusahaan Tambang*, CSR Learning Forum, Balikpapan, 26 Juli 2007
- Susanto, AB., *Reputasi dan Good Corporate Governance*, dalam <http://www.jakartaconsulting.com>, diakses 20 April 2009
- <Http://www.wbcsd.org/templates/TemplateWBCSD5>, diakses 20 April 2009