

# **Pemanfaatan Kegiatan Corporate Social Responsibility Difablepreneur Sebagai Media Untuk Membangun Reputasi Bisnis Pertamina**

Shabrina Farahzatu Ghassania, Agus Naryoso  
[shabrinafarah@gmail.com](mailto:shabrinafarah@gmail.com)

**Program Studi S1 Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 7465407  
Faksimile (024) 7465405 Laman: <http://www.fisip.undip.ac.id> Email : [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)**

## **ABSTRACT**

This research is based on the problem of the many unfavorable views of the people of Tawang Sari village towards people with disabilities, where people with disabilities are still often underestimated by many people. Not only that, most families there consider people with disabilities to be a disgrace that must be hidden even from their families. PT. Pertamina TBBM Boyolali wants to turn the village under its guidance into an inclusive village, this can be supported through a Corporate Social Responsibility (CSR) activity with a special community empowerment program for people with disabilities called CSR Difablepreneur. The purpose of this study was to determine how the Difablepreneur program activities carried out by PT. Pertamina TBBM Boyolali through CSR, using qualitative research methods. This research refers to the constructivism paradigm with a case study approach. The data collection techniques used in this study were in-depth interviews, observation and literature study. And the theory used in this research is legitimacy theory by *Gary O'Donovan*, institutional theory, stakeholder theory, general system theory by *Ludwig von Bertalanffy*, and symbolic interaction theory by *George Herbert Mead*.

Based on the results of this study, in carrying out the CSR Difablepreneur program activities there are 5 components in it, namely building human capital, strengthening economies, assessing social cohesion, encouraging good governance, protecting the environment. Of the five components, Pertamina is able to generate a good reputation. This reputation is formed from the strong perceptions of stakeholders on company performance and performance. Thus providing opportunities for companies to be able to get positive recognition from the community. In addition, the CSR Difablepreneur activities can also influence public attitudes. Where it is built from information obtained through mass media or other communication channels. This information will build awareness that Pertamina has a high level of concern for the social and economic quality of local communities. A good attitude reduces the risk of the emergence of negative public opinion, suppresses the potential for protest, sabotage and even an attitude of public anti-terrorism, so that the company's goals are achieved.

**Keywords: CSR Activities, Disabilities, Corporate Communication, Business Reputation**

## ABSTRAK

Penelitian ini berdasarkan tentang permasalahan terhadap banyaknya pandangan masyarakat desa Tawang Sari yang kurang baik terhadap kaum difabel, dimana para difabel masih sering dianggap sebelah mata oleh banyak orang. Tak hanya itu, sebagian besar keluarga disana menganggap orang disabilitas / difabel menjadi suatu aib yang harus disembunyikan bahkan dari keluarganya sekalipun. PT. Pertamina TBBM Boyolali sendiri ingin menjadikan desa binaannya tersebut menjadi suatu desa yang inklusif, hal ini dapat didukung melalui suatu kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan program pemberdayaan masyarakat khusus penyandang disabilitas yang diberi nama CSR Difiablepreneur. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana aktivitas program Difiablepreneur yang dilaksanakan oleh PT. Pertamina TBBM Boyolali melalui CSR, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini merujuk pada paradigma konstruktivisme dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu indepth interview, observasi dan studi pustaka. Dan teori yang digunakan dalam penelitian ini teori legitimasi (legitimacy theory) oleh *Gary O'Donovan*, teori kelembagaan (institutional theory), teori pemangku kepentingan (stakeholder theory), teori sistem umum (general system theory) oleh *Ludwig von Bertalanffy*, dan teori interaksi simbolik oleh *George Herbert Mead*.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dalam menjalankan aktivitas program CSR Difiablepreneur terdapat 5 komponen didalamnya yaitu building human capital, strengthening economies, assesing social cohesion, encouraging good governance, protecting the environment. Dari kelima komponen tersebut, mampu menghasilkan reputasi yang baik bagi Pertamina. Reputasi tersebut terbentuk dari persepsi yang kuat stakeholder pada performa dan kinerja perusahaan. Sehingga memberikan peluang bagi perusahaan untuk dapat memperoleh pengakuan positif dari masyarakat. Selain itu, dengan adanya kegiatan CSR Difiablepreneur juga mampu mempengaruhi sikap publik. Dimana hal tersebut dibangun dari informasi yang didapat melalui media massa atau saluran komunikasi yang lain. Informasi tersebut akan membangun kesadaran bahwa Pertamina mempunyai kepedulian yang tinggi pada aspek sosial dan kualitas ekonomi masyarakat lokal. Sikap yang baik mengurangi resiko munculnya opini publik negatif, menekan potensi protes, sabotase bahkan sikap anarkisme publik, sehingga tujuan dari perusahaan tercapai.

**Kata Kunci : Aktivitas CSR, Difabel, Komunikasi Korporat, Reputasi Bisnis**

## **PENDAHULUAN**

Difablepreneur merupakan workshop pemberdayaan masyarakat khusus penyandang disabilitas yang berada di Desa Tawang Sari, Kecamatan Teras, Boyolali. Kelompok penyandang disabilitas tersebut diberi nama Sriekandi Patra (Sanggar Inspirasi Karya Inovasi Difabel) dan telah berdiri sejak 2017. Berawal dari survey yang dilakukan oleh tim CSR TBBM Boyolali, ditemukan fakta bahwa masih banyaknya masyarakat Desa Tawang Sari yang mengalami kesenjangan sosial. Hal ini dikarenakan pandangan masyarakat terhadap kaum difabel masih dianggap sebelah mata, sehingga tidak sedikit orang pula yang menganggap bahwa kaum difabel tidak memiliki kapabilitas yang cukup untuk melakukan sesuatu. Selain itu, pihak keluarga yang memiliki anggota keluarga penyandang disabilitas atau difabel sering menjadikan mereka sebagai suatu aib keluarga yang ditutupi keberadaannya. Hal ini dibenarkan oleh Noor, selaku Community Development Officer TBBM Boyolali mengatakan

bahwa, terdapat penyandang disabilitas yang hingga umur 27 tahun tak keluar rumah, karena dilarang oleh orang tuanya, dan ditahun 2017 jumlah difabel yang berada di Desa Tawang Sari tersebut menduduki angka hingga 30 orang.

Oleh karena itu, PT. Pertamina TBBM Boyolali berusaha membangunkan semangat kembali untuk kaum difabel di wilayah tersebut. Yuni Lestari salah satu penyandang disabilitas cerebral palsy ini, menjadi pencetus kelompok Sriekandi Patra berdiri. Sebelumnya, Pertamina memberikan kesempatan Yuni menjadi salah satu peserta kelas batik di PR Yakkum Yogyakarta. Setelah memiliki ilmu yang dipelajarinya, ia berkeinginan agar teman – teman difabel lainnya juga dapat mengasah kemampuan seperti nya. Hingga kini, kelompok difabel tersebut sudah mampu memproduksi batik mulai dari kain, tas, sarung bantal, taplak, hingga baju seragam. Tidak hanya itu, hasil produksi batik tersebut nantinya akan dijual kepada konsumen baik secara offline maupun melalui digital

marketing media online (e-commerce dan media sosial).

Mengetahui perkembangan bisnis yang dilakukan oleh mitra binaannya tersebut, CSR TBBM Boyolali membangun tempat workshop untuk difabel tersebut. Ini dilakukan sebagai bentuk bahwa Pertamina selalu berkomitmen menjaga keseimbangan lingkungan sekitarnya, dimana wilayah Desa Tawang Sari merupakan wilayah ring I dari TBBM Boyolali. Tak hanya itu, Undang-undang Nomor 8 tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas menjadi dasar kegiatan CSR tersebut dilaksanakan, dimana setiap perusahaan memiliki kewajiban untuk mempekerjakan penyandang disabilitas dengan porsi 1 % untuk swasta dan 2 % untuk BUMN/BUMD. Hal tersebut membuat PT. Pertamina TBBM Boyolali senantiasa ikut membantu keberlangsungan hidup kaum difabel agar dapat berkembang dan menjadi setara bagi masyarakat lainnya.

Selain itu, Pertamina juga bertujuan untuk menjadikan desa binaannya dapat menjadi sebuah desa yang inklusi, hal itu dipertegas dengan

adanya hasil wawancara dengan General Manager Pertamina MOR IV yang berharap pemberian pelatihan atau workshop ini dapat sebagai bentuk pembelajaran atau tempat berkarya difabel secara mandiri. Tujuan tersebut sejalan dengan program pemerintah untuk menjadikan desa yang ada di Indonesia menjadi sebuah desa inklusi. Desa inklusi merupakan desa yang menyediakan layanan khusus untuk penyandang disabilitas, tujuannya untuk mendorong dan memenuhi kebutuhan hak yang sama bagi seluruh masyarakat didalamnya. Pemberian layanan tersebut juga harus setara kepada setiap orang seperti anak-anak, lansia, perempuan yang sedang hamil, penyandang disabilitas, serta seluruh masyarakat yang berada di desa tersebut. Pernyataan tersebut sesuai dengan bagian penjelasan Undang Undang No. 6 Tahun 2014 tentang Desa.

Perencanaan CSR yang strategis dapat menjadikan investasi sosial agar masyarakat mampu seutuhnya menopan aspek sosial-ekonomi mereka secara mandiri dan berkelanjutan. Hal tersebut

didukung dengan adanya tiga pilar pembangunan CSR atau triple bottom lines sebagai fondasi utama dalam melaksanakan kegiatan CSR yaitu planet, people, profit (3P).

Peran atau fungsi strategis adanya CSR bagi perusahaan, juga dapat sebagai bagian dari pengontrol risiko khususnya pada pembentukan katup pengaman sosial atau social security (Susanto, 2007: 29). Risiko disini dimaksudnya kondisi ketidakpastian dalam sebuah perusahaan jika mengalami permasalahan yang bisa berdampak pada berbagai stakeholder baik internal maupun eksternal. Seperti adanya isu negatif yang terjadi terus menerus akan mengakibatkan reputasi perusahaan menjadi buruk sehingga dapat menimbulkan risiko kebangkutan perusahaan. Dengan adanya kegiatan CSR inilah dapat meminimalisir adanya risiko tersebut, karena dapat membangun reputasi, seperti meningkatkan citra perusahaan dan hubungan dengan pemegang sahamnya, mempertahankan posisi merek dari perusahaan, maupun bidang lainnya.

Terdapat empat indikator yang menjadi tolak ukur reputasi sebuah perusahaan. Pertama, adanya persaingan dunia usaha dalam penjualan produk dengan harga premium pada kurun waktu yang lama. Kedua, kesediaan perusahaan untuk merekrut dan mempertahankan staf kunci yang berkualitas. Ketiga, konsistensi perusahaan dalam memperoleh dukungan secara words of mouth berupa rekomendasi positif. Keempat, keberpihakan publik saat terjadi suatu masalah, tidak hanya dalam kemampuan perusahaan untuk berkelit dari media ataupun kritikan publik. (Susanto, 2007: 44-45)

## **RUMUSAN MASALAH**

PT. Pertamina TBBM Boyolali menjadi salah satu perusahaan yang melaksanakan kegiatan CSR melalui program pemberdayaan masyarakat difabel atau disebut dengan Difablepreneur di Kecamatan Teras, Boyolali dan telah berlangsung sejak 2017. Pertamina sendiri berupaya menjadikan desa binaannya menjadi sebuah desa inklusi. Desa inklusi

merupakan desa yang menyediakan layanan khusus untuk penyandang disabilitas, tujuannya untuk mendorong pemenuhan hak yang sama dengan layanan yang dapat dimanfaatkan oleh setiap orang termasuk anak – anak, lansia, penyandang disabilitas, perempuan hamil serta seluruh masyarakat yang ada di desa tersebut. Pernyataan tersebut juga sejalan oleh program pemerintah yang tertuang dalam Undang Undang No. 6 Tahun 2014 tentang Desa.

Namun nyatanya, pandangan masyarakat terhadap kaum difabel masih dianggap sebelah mata, dimana mereka dianggap tidak mampu memiliki kapasitas yang cukup dalam melakukan berbagai hal atau aktivitasnya terbatas. Selain itu, banyak pula anggota keluarga penyandang disabilitas atau difabel yang sering menjadikan mereka sebagai suatu aib keluarga. Seperti pernyataan salah satu orang Community Development Officer TBBM Boyolali yang berkata bahwa, ada yang hingga umur 27 tahun tak pernah keluar rumah, karena dilarang

oleh orang tuanya, dan pada tahun 2017 sendiri jumlah difabel yang berada di Desa Tawang Sari tersebut menduduki angka hingga 30 orang. Selain itu, kewajiban suatu perusahaan sendiri dalam mempekerjakan penyandang disabilitas memiliki porsi yang tergolong sangat rendah yakni sebanyak 1 % untuk swasta dan 2 % untuk BUMN/BUMD.

Inilah yang melatarbelakangi permasalahan kaum difabel, sehingga PT. Pertamina TBBM Boyolali berupaya meningkatkan kualitas hidup mereka melalui pemberdayaan masyarakat Difabelpreneur, sebagai ruang kreativitas dan meningkatkan kemampuan masyarakat difabel agar memiliki kedudukan yang sama terhadap masyarakat lainnya. Sehingga dalam sebuah desa akan terbentuk suatu inklusi sosial, dan mengurangi adanya tindak kesenjangan antara satu sama lain. Oleh karena itu, dibutuhkan perencanaan CSR yang strategis oleh sebuah perusahaan agar tujuan CSR dari perusahaan tersebut dapat dicapai.

Berdasarkan uraian di atas, didapatkan pertanyaan penelitian Bagaimana aktivitas program Difiablepreneur yang dilaksanakan oleh PT. Pertamina TBBM Boyolali melalui CSR?

## **TUJUAN**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana aktivitas program Difiablepreneur yang dilaksanakan oleh PT. Pertamina TBBM Boyolali melalui CSR.

## **KERANGKA TEORI**

### ***Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)***

Teori legitimasi ini digunakan untuk mengetahui keadaan psikologis dari keberpihakan seseorang atau kelompok secara fisik atau non fisik pada fakta di lingkungan sekitarnya. Menurut O'Donovan, legitimasi organisasi dapat bermakna sebagai apa yang diinginkan perusahaan dari suatu masyarakat dan sesuatu yang diberikan oleh masyarakat terhadap perusahaan. Hal ini dapat sebagai manfaat ataupun kekuatan yang potensial untuk

perusahaan dapat bertahan hidup. Secara singkat, definisi ini sama dengan yang dikemukakan oleh Gray, dimana legitimasi adalah rangkaian pengelolaan perusahaan dimana orientasinya terhadap keberpihakan masyarakat, pemerintahan individu, dan kelompok masyarakat. Oleh karena itu, sebagai rangkaian yang mngedepankan keberpihakan terhadap masyarakat, aktivitas perusahaan diharuskan bersifat congruent dengan keinginan masyarakat (Hadi, 2011: 87-88).

Menurut Deegan, Robin dan Tobin (2002), menyebutkan bahwa legitimasi bisa didapatkan apabila adanya kesamaan antara eksistensi perusahaan sesuai (congruent) atau tidak bertentangan dengan keberadaan aturan nilai yang berada di lingkungan masyarakat itu. Apabila terjadi suatu perubahan yang tidak sesuai, maka legitimasi perusahaan dapat terganggu dan menyebabkan kesenjangan antara masyarakat dan perusahaan. Hal itu dapat diatasi dengan adanya pelaksanaan kegiatan CSR (Hadi, 2011: 89).

### ***Teori Kelembagaan / Institusional (Institutional Theory)***

Teori ini digunakan untuk menjelaskan tentang hubungan antara organisasi dan lingkungannya, seperti mengapa dan bagaimana sebuah organisasi tersebut menjalani sebuah proses dan struktur, adapula semua perilaku baik dari organisasi atau individu lakukan, di pengaruhi oleh faktor eksternal, sosial dan lingkungan. Pelembagaan atau institusionalisasi merupakan proses dimana struktur, aturan, dan segala aktivitas ditetapkan.

Terdapat dua proses secara umum, yaitu : (1) imitation yaitu organisasi atau perusahaan menyalin satu sama lain untuk tampak sah dan mendapatkan legitimasi; serta (2) conformity yaitu situasi dimana organisasi atau perusahaan mengalami tekanan untuk menyesuaikan diri dan mengadopsi struktur serupa, proses dan sistem. Kedua bentuk proses ini sebenarnya menjelaskan bahwa organisasi, dalam keadaan apapun, dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan harus disikapi dengan melakukan

penyelarasan diri untuk mendapatkan legitimasi. (Warta, 2017 : 16-17)

### ***Teori Pemangku Kepentingan (Stakeholder Theory)***

Teori ini digunakan untuk mendeskripsikan pada pihak mana saja sebuah perusahaan harus bertanggung jawab, yang mana pihak tersebut saling berpengaruh terhadap pencapaian tujuan dari organisasi. Perusahaan harus mampu memelihara hubungan dengan stakeholdernya dan mengakomodasikan aspirasi serta kebutuhan para stakeholdernya, khususnya pada stakeholder yang memiliki power atas penyediaan sumber daya yang dipakai dalam sistem operasional perusahaan, misalnya pasar atas product perusahaan, tenaga kerja dan lainnya (Chariri dan Ghazali dalam Karina dan Yuyetta, 2013:3).

Terdapat dua proses terjadinya stakeholder theory yaitu: (1) stakeholder identification, menentukan kelompok mana yang penting bagi operasi institusi; (2) stakeholder salience, menentukan kelompok mana

yang memiliki pengaruh terbesar pada prospek institusi. Seiring dengan itu, ada tiga faktor kunci yang harus dipertimbangkan dalam membuat pemetaan pemangku kepentingan, yaitu : (1) power, yaitu kemampuan mereka dalam mempengaruhi kinerja institusi; (2) legitimacy, berkaitan dengan keabsahan atau validitas dari pernyataan yang mereka buat; (3) urgency, berhubungan dengan kemampuan mereka menciptakan dan meningkatkan permintaan pada institusi.

Teori ini juga dapat menunjang reputasi sebuah perusahaan yang mana dibangun melalui penetapan dan pemberian perhatian kepada para pemangku kepentingan. Pada dasarnya, stakeholder theory memaksa institusi untuk mempelajari masalah dan isu – isu kunci yang menjadi perhatian para pemangku kepentingan serta memahami faktor – faktor yang mendorong persepsi mereka. (Warta, 2017: 19-20)

### ***Teori Sistem Umum (General System Theory)***

Teori ini digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana sebuah sistem menjadi dasar pemahaman terhadap suatu fenomena organisasi, seperti bagaimana organisasi itu berfungsi dan berinteraksi dengan lingkungannya. Dalam teori ini, organisasi tersusun dari komponen atau bagian yang saling berkaitan dan melaksanakan fungsi atau tugasnya secara khusus. Selain itu, organisasi sebagai sebuah pengaturan yang berada di wilayah yang lebih luas. Pada wilayah yang lebih luas inilah, tiap organisasi mengadakan korelasi sehingga hubungan terikat dan memberikan pengaruh antara organisasi dan lingkungan.

General System Theory (GST), awalnya dirumuskan oleh Ludwig von Bertalanffy, seorang ahli biologi. Bertalanffy memahami GST sebagai pendekatan luas, multidisiplin untuk pengetahuan, dan tradisi ini menunjukkan bagaimana hal-hal di banyak bidang berbeda tetapi mirip satu

sama lain karena prinsip-prinsip sistem bersama. GST mengakui sifat universal sistem dari semua jenis dan berurusan dengan kesamaan antar sistem seperti yang terlihat beragam seperti pertumbuhan ekonomi, perkembangan biologis, dan gerakan sosial. Ciri-ciri empiris dari "General System Theory" adalah adanya pengukuran pada variabel-variabel struktur, dan pertukaran dalam setiap variable sbagai fungsi dari variabe lain (pengukuran proses). (Littlejohn & Foss, 2011: 52)

Teori sistem umum ini mencakup dari sistem terbuka dan tertutup. Sistem terbuka memiliki 5 ciri - ciri: (1) terdapat unsur - unsur komponen dari system, (2) terdapat pengkhususan jaringan antar komponen, (3) terdapat karakter sistem, (4) terdapat hubungan dengan lingkungan di luar sistem yang memberikan output atau input, dan (5) terdapat proses kemajuan sistem. Kemudian, pada sistem terbuka memiliki 4 proses perilaku. Pertama, proses perubahan antara lingkungan dengan sistem yang terjadi dalam sistem

terbuka. Kedua, dalam keadaan tertentu sistem ada pada keadaan tetap yaitu berada disuatu jarak tertentu dari titik keseimbangannya. Ketiga, keadaan tetap dapat dilakukan dengan sendirinya didasari dengan situasi tertentu dan tergantung pada parameter sistem (equifinality). Keempat, keadaan entropi (ketidapastian atau kondisi yang tak tentu) dalam system cenderung akan turun.

Sedangkan pada sistem tertutup bercirikan tiga karakter yaitu : (1) terdapat unsur – unsur dari suatu bagian, (2) setiap unsur adalah konfigurasi nilai dalam kurun waktu tertentu, (3) setiap unsur dapat mengalami perubahan dikarenakan adanya proses transformasi. Karakter pada sistem tertutup memiliki empat ciri-ciri. (1) terhambat oleh lingkungan. (2) Selalu berada di titik keseimbangan semula. (3) sistem selengkapnya ditentukan oleh situasi awal & terakhir, keadaan entropi cenderung mengalami peningkatan. (Sendjaja, 2018: 35)

### ***Teori Interaksi Simbolik***

Teori ini digunakan sebagai asumsi bahwa melalui proses komunikasi, manusia mampu membentuk makna. Teori interaksi simbolik ini berpusat pada pentingnya konsep diri dan pandangan yang dimiliki setiap individu yang didasari dengan interaksi oleh orang lain. Begitu pula proses komunikasi yang diciptakan dalam kegiatan Difablepreneur ini dimana teori ini menjelaskan bagaimana hasil pemaknaan dari suatu proses yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat, berkaitan dengan persepsi atau pandangan masyarakat terhadap kaum difabel itu sendiri. Apakah dapat memunculkan berbagai sudut pandang baru dalam komunikasi yang diciptakan ini atau tidak.

Pada awalnya George Herbert Mead, mengungkapkan bawasannya manusia memiliki motivasi untuk bertindak dikarenakan pemaknaan yang diberikan terhadap orang lain, benda – benda serta suatu peristiwa. Pemaknaan ini tercipta dengan adanya bahasa yang digunakan saat melakukan

komunikasi dengan orang lain seperti komunikasi secara interpersonal ataupun intrapersonal (*self-talk*). Bahasa yang digunakan sebagai instrumen komunikasi ini, membuat seseorang mudah mengembangkan rasa *sense of self* serta melakukan interaksi.

Tindakan atau perilaku sosial komunikasi ini terdiri dari bagian – bagian yang berkaitan, pertama ialah initial gestures atau gerak isyarat awal dari individu, kedua ialah tanggapan atau response terhadap initial gesture tersebut dari individu lainnya, secara real atau sembunyi, ketiga ialah hasil dari tindakan / perilaku yang diprsepsikan antara kedua pihak.

Menurut Mead, pengembangan diri terdiri dari tiga fase, yang pertama yaitu fase persiapan atau preparatory stage. Pada stage ini merupakan fase dimana seseorang menjalani proses atau tahap imitasi. Selanjutnya ada fase permainan atau play stage, dimana seseorang mulai memerankan peran orang lain di dalam lingkungannya. Terakhir yaitu fase praktik penerapan pola permainan atau game stage,

dimana seseorang berperilaku sesuai dengan kebiasaan atau cara yang umum. Salah satu ide pokok yang dicetuskan oleh Mead yaitu mengenai interaksi simbolik sebagai konsep “the generalized other” yaitu konsep yang merujuk bagaimana seseorang melihat dirinya sebagaimana orang lain melihatnya (Sedjaja, 2018: 38).

## **METODE**

### **DESAIN PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang memiliki tujuan untuk memaparkan, menyimpulkan berbagai situasi, kondisi, atau fenomena terhadap realita sosial di dalam masyarakat sebagai object penelitian, dan menjadikan realitas tersebut menjadi karakter, sifat, ciri atau tanda, model dan gambaran terhadap suatu situasi, kondisi bahkan fenomena tertentu. (Bungin, 2007:68).

Metode riset yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus

dan field research. Studi kasus dianggap menjadi pendekatan yang cocok untuk penelitian ini. Studi kasus adalah metode riset yang memakai macam-macam sumber data yang dapat digunakan untuk meneliti, mengurai, dan menjelaskan secara komprehensif beberapa aspek dari individu, kelompok, programs, organisasi, atau kejadian secara sistematis (Kriyantono, 2006:66). Metode field research untuk memahami lebih dalam tentang fenomena yang terjadi dan memahami subjek penelitian. Konsep penting disini ialah peneliti pergi ke lapangan, agar dapat mengamati suatu fenomena didalam suatu yang bersifat alami atau in situ (Moleong, 2007:26).

### **SUBJEK PENELITIAN**

Subjek penelitian ini adalah semua pihak yang terlibat dalam kegiatan Corporate Social Responsibility Difiablepreneur yaitu Unit Manager Comm & CSR Pertamina MOR IV, Sr. Spv CSR & SMEPP, media, anak-anak difable atau guru difable, dan masyarakat Desa Tawangsari.

## **TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini ialah wawancara, observasi, studi pustaka.

## **ANALISIS DATA**

Patton (2002) mengatakan studi kasus adalah studi kekhususaan dan kompleks dari sebuah kasus tunggal yang mana dilakukan untuk memahami kasus tersebut dalam situasi, waktu dan konteks tertentu. Menurut Patton, pada penelitian studi kasus ini, menyusun sebuah studi kasus terjadi kedalam 3 tahap yaitu :

1. Mengumpulkan data awal/mentah mengenai individu, organisasai, program, serta latar peristiwa yang menjadikan awal penulisan pada studi kasus ini.
2. Menata atau menyusun kasus yang didapatkan melalui pemadatan, diringkas dari data mentah, membagi / pengklasifikasian, mengedit dan memasukan pada file yang mudah dijangkau dan diatur.

3. Penulisan laporan akhir penelitian khusus dalam bentuk narasi. (Semiawan, 2010: 51)

## **PEMBAHASAN**

Pada penelitian ini penyandang disabilitas kegiatan CSR Difablepreneur ini terdiri dari tuna daksa, tuna rungu, dan tuna wicara. Pada tahap perencanaan kegiatan CSR Difablepreneur sendiri dilakukan sejak tahun 2016, dengan langkah awal yaitu *awareness building* dengan melalui pembinaan yang dilakukan oleh Community Development Officer kepada Yuni Lestari yang menjadi pelopor terbentuknya kelompok Sriekandi Patra, dari hasil pemetaan sosial pada difabel – difabel di wilayah tersebut. Pembinaan ini diberikan melalui pemberian bantuan akses fisioterapi, pendampingan psikososial dan pelatihan keterampilan.

Langkah selanjutnya yaitu melalui CSR Assessment, dimana Pertamina memilih dan mengidentifikasi prioritasnya kepada para difabel tuna daksa, tuna rungu, dan

tuna wicara menjadi penerima bantuan CSR kali ini karena mereka menjadi penyandang disabilitas yang banyak ditemukan dan mereka mau untuk dibina menjadi lebih baik. Ada pula penyandang lain yang masih menjadi perhatian dari Pertamina, yaitu tuna grahita namun pada untuk membimbing difabel tuna grahita ini tidaklah mudah karena membutuhkan pembinaan yang khusus dibanding lainnya, sedangkan pada CSR Manual Building ini, Pertamina melakukan aktivitas yang menjadi bentuk pengimplementasian CSR ini melalui strategi dalam pembentukan SDM (Building Human Capital), pertumbuhan dan perkembangan secara ekonomi (Strengthening Economie), penilaian terhadap hubungan sosial (Assessing Social Cohesion), mendorong tata kelola perusahaan yang baik (Encouraging Good Governance), dan penjagaan ekosistem di lingkungan perusahaan (Protecting the Environment).

Building Human Capital atau strategi pembentukan SDM ini dalam

rangka untuk menciptakan SDM yang handal secara internal dan melakukan pemberdayaan masyarakat yaitu melalui *community development*. Di tahun 2018, aktivitas yang dilakukan dengan pemberian fasilitas pelatihan keterampilan membuat serta pendampingan secara psikososial untuk para difabel. Hal ini dianggap lebih efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dari difabel tersebut, karena proses pelatihan ini secara tidak langsung juga mengasah kemampuan secara motorik maupun sensoriknya. Kegiatan yang diberikan secara langsung atau tatap muka ini, juga memudahkan difabel dalam menangkap proses pengajaran yang dilakukan. Pada produk yang dihasilkan berupa kain, tas, sarung bantal, taplak, dan kini sudah menerima pesanan pembuatan baju seragam.

Pertamina juga memberikan bantuan fasilitas penunjang kegiatan workshop seperti alat, gedung workshop yang baru didirikan pada tahun 2019, hingga media pemasaran yang digunakan melalui offline dan

online. Untuk media pemasaran offline sendiri, Pertamina memberikan bantuan melalui kegiatan seperti pameran, lokakarya, dan lainnya. Sedangkan pada media online biasanya dibantu melalui akun sosial media pada instagram @SriekandiPatra. Pada tahun 2020, Pertamina juga memberikan pelatihan penguatan SDM dalam hal digital marketing, branding dan market channel.

Pada internal perusahaan juga dilakukan dalam memberikan kesempatan untuk setiap karyawan dapat menyalurkan ide atau gagasan dari proses perencanaan hingga evaluasi dari program ini, setiap pengambilan keputusan yang harus dilakukan sesuai dengan kebijakan dan jobdesk masing – masing. Terdapat beberapa tim yang dibentuk oleh Pertamina dalam menjalankan kegiatannya tersebut, yaitu tim perencana, dimana pada proses penetapan perencanaan kegiatan CSR Difiablepreneur ini dilakukan oleh CDO (Community Development Officer) yang melakukan pemetaan sosial secara langsung, kemudian ada

tim pelaksana yaitu berasal dari tim CSR Regional dibantu dengan CDO setempat, untuk koordinator kepada pusat terkait anggaran sendiri dilakukan oleh Unit Manager Comm CSR MOR IV, dan untuk tim pengawasan dan controlling dilakukan oleh adanya koordinasi antara Kepala Desa setempat, CDO, serta tim manajemen yang berada di wilayah regional. Ada pula pemberian pelatihan terhadap karyawan pada program Pertamina Energy Negeri pada tahun 2019, dimana berkaitan dengan kegiatan CSR Difiablepreneur ini, para difabel menjadi sosok inspirator dan pengajar pada penyelenggaraan program tersebut.

Aktivitas CSR ini selanjutnya dalam rangka memperkuat dan meningkatkan ekonomi masyarakat setempat. Pertamina melakukan pemberian bantuan melalui strategi pengelolaan media pemasaran yang dilakukan untuk membantu para difabel tersebut. Seperti melalui kegiatan pameran INACRAFT (The Jakarta International Handicraft Trade Fair) yang diadakan oleh ASEPHI

(Association of Exporters and Producers of Indonesian Handicraft) di tingkat nasional pada tahun 2018, ada pula pameran International Solo Batik Fashion di tahun 2019. Hal ini menjadi bentuk perhatian bahwa Pertamina mampu memberikan kesempatan para difabel untuk dapat bersaing ke tingkat yang lebih tinggi dalam memperluas pasar mereka, mendukung adanya UMKM masyarakat setempat, serta meningkatkan awareness masyarakat mengenai keunikan dari seni batik yang dibuat oleh para difabel tersebut.

Selanjutnya untuk pemberian bantuan menjadi mitra binaan. Pada program kemitraan inilah yang menjadi tujuan utama Pertamina dalam menjalankan ekonomi secara berkelanjutan, karena CSR pada dasarnya bersifat hibah dan memiliki target waktu agar dapat berdiri secara mandiri, Pertamina memilih untuk memberi bantuan dalam program kemitraan agar hubungan yang terjalin antara Pertamina dengan para difabel di desa tersebut dapat berjalan seterusnya. Hal ini juga memberikan keuntungan

bagi Pertamina untuk dapat lepas dari program hibah menjadi core bisnis. Disisi lain, para difabel juga akan selalu dibina dan diberikan kemudahan dalam meningkatkan perekonomian mereka sendiri.

Selanjutnya aktivitas dalam pengorganisasian dan pengembangan jejaring dengan komunitas difabel lainnya yaitu difabel Ampel dengan tujuan untuk menyamaratakan tingkat perekonomian. Hal ini dilakukan agar kegiatan tidak hanya stuck pada satu titik saja, namun juga membangun relasi dan perluasan jejaring agar difabel lain juga merasakan kesempatan yang sama. Pembangunan ini dilakukan dengan memanfaatkan masa pandemi covid 19, dimana Pertamina memberikan bantuan berupa jasa yang digunakan untuk menjadi agen delivery Bright Gas, yang berkolaborasi dengan komunitas Sriekandi Patra dalam mendesain batik untuk masker.

Pada penilaian terhadap hubungan sosial, aktivitas yang dilakukan oleh Pertamina melalui pembangunan akses advokasi bagi

penyandang disabilitas terkait kebutuhan dasarnya. Kebutuhan dasar tersebut meliputi fisiologis yaitu meliputi kebutuhan sandang, papan, pangan dan biologis. Kemudian kebutuhan keamanan dan keselamatan dari adanya diskriminasi masyarakat terhadap para difabel, kebutuhan sosial pada keluarga dan orang lain, kebutuhan penghargaan berupa dukungan positif, pujian atau motivasi yang diberikan, dan aktualisasi diri kebutuhan sesuai dengan minat dan bakatnya. Hal ini dibangun dengan adanya komunikasi secara dua arah yang baik. Komunikasi ini dibangun dengan melalui pendekatan interpersonal kepada para difabel. Dimana bentuk komunikasi ini bersifat spontan dan informal sehingga penyampaian pesan akan terasa intimate dan mudah diterima oleh masyarakat difabel tersebut.

Pertamina juga melakukan strategi dalam penjagaan lingkungan sosial masyarakatnya (protecting the environment) dengan memberikan bantuan terhadap akses advokasi

terhadap desa Tawang Sari untuk menjadi sebuah desa yang inklusi dengan memberikan pelayanan khusus penyandang disabilitas seperti pemberian pelatihan keterampilan lanjutan, serta penyediaan fasilitas yang lengkap, dari mulai pembangunan gedung workshop dan letaknya yang strategis di pusat desa. Selain itu, Pertamina juga memberikan bantuan berupa alat bantu bagi difabel disana seperti kursi roda, dan alat bantu dengar. Sedangkan pada lingkungannya dengan memperhatikan seperti penggunaan alat dan bahan alami yang digunakan untuk kegiatan CSR Difiablepreneur ini, serta memilah dan memilih barang yang memiliki daya nilai jual dan nilai guna tinggi.

Pada tahap evaluasi sendiri, dari segi pembentukan SDM (Building Human Capital) kepada para difabel, kegiatan CSR Difiablepreneur ini telah memberikan pengetahuan dan keterampilan yang lebih dibandingkan sebelum mengikuti pelatihan ini. aktivitas dalam pendampingan psikososial yang dilakukan oleh

Pertamina ini mampu memberikan dampak pada perubahan sikap dari difabel tersebut. Adanya pembinaan dan pendampingan ini membuat difabel mulai mampu membuka diri mereka kepada orang lain karena hubungan yang terjalin dengan baik antara CDO atau tim CSR Pertamina dengan difabel. Rasa percaya diri dan motivasi diri yang muncul juga mencerminkan perubahan yang dirasakan oleh para difabel karena timbulnya rasa kesetaraan dan keamanan yang diberikan oleh Pertamina kepada mereka.

Pada karyawan sendiri memberikan dampak bahwa adanya pembentukan SDM yang baik menghasilkan kualitas atau nilai diri yang baik dari karyawan tersebut, mulai dari strategi inovasi yang dilakukan, kerja sama tim, pengelolaan hubungan baik secara vertikal maupun horizontal. Selain itu membantu memberikan motivasi yang tinggi pada karyawan karena bentuk penilaian diri yang dilakukan setiap bulannya melalui evaluasi kinerja karyawan. Bentuk penilaian tersebut untuk mengetahui

adanya rasa loyal dari karyawan pada Pertamina. Loyalitas disini dapat diartikan sebagai tekad dan kesanggupan seseorang dalam menaati, melaksanakan, mengimplementasikan sesuatu sesuai dengan tanggung jawab dan kesadaran diri yang ada (Chaerudin, Rani dan Alicia, 2020: 84). Hal ini dapat meningkatkan kemampuan untuk dapat menarik, memotivasi dan mempertahankan pegawai agar internal perusahaan juga dapat berjalan dengan baik.

Pertamina melalui kegiatan seperti pameran atau lokakarya tersebut pada CSR Difablepreneur ini memberikan dampak profit yang menguntungkan hingga 50 juta di tahun 2018. Tak hanya itu, aktivitas dalam pengorganisasian dan pengembangan jejaring berdampak pada perluasan pasar dan kesempatan kerja bagi para difabel, serta mengurangi pengangguran di wilayah tersebut. Hal ini juga dapat memberikan respon positif bagi Pertamina dengan adanya perkuatan posisi nama Pertamina dari masyarakat setempat karena adanya

pemanfaatan kegiatan CSR yang diimplementasikan sesuai dengan kebutuhan dari masyarakat khususnya difabel desa Tawangsari.

Tahap evaluasi pada aktivitas penilaian sosial pada proses komunikasi dua arah ini dapat meminimalisir adanya konflik antara kedua belah pihak. Hal ini dilihat dari adanya respon positif baik dari pemberitaan atau informasi atau Words of Mouth (WOM) yang terjadi di wilayah tersebut. Dan pada tahap pelaporan kegiatan CSR Difablepreneur ini memiliki orientasi pada pengelolaan tata perusahaan yang baik, dimana hal tersebut perusahaan harus memiliki prinsip transparansi, akuntabilitas, pertanggungjawaban, kemandirian, kewajaran dan kesetaraan.

Aktivitas yang dilakukan Pertamina dalam memenuhi kebutuhan tersebut ialah menyajikan informasi terkait laporan keberlanjutan atau sustainability report tiap tahunnya, untuk setiap kegiatan CSR sendiri kegiatan yang dilakukan dengan membuat IKM atau Indeks Kepuasan Masyarakat, untuk mengukur apakah

kegiatan CSR khususnya Difablepreneur ini sudah memenuhi aspek – aspek dari tujuan kegiatan tersebut atau tidak. Kemudian untuk segala bentuk kegiatan membuat press release yang kemudian diberikan kepada awak media untuk dapat menyebarkan informasi tersebut ke khalayak. Para awak media juga biasanya diundang dalam kegiatan CSR Difablepreneur untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan bersifat aktual dan terpercaya.

Aktivitas – aktivitas tersebut beserta tahapan dari perencanaan hingga evaluasi pada CSR Difablepreneur ini dapat menimbulkan reputasi yang baik bagi Pertamina. Teori reputasi menurut Fomburn disebut “The Building Block of Reputation” atau oleh Harris disebut dengan “Six Dimensions of Reputation”, meliputi enam aspek yaitu : (1) daya tarik emosional; (2) produk dan layanan; (3) kinerja finansial; (4) visi dan kepemimpinan; (5) lingkungan kerja; (6) tanggung jawab sosial. Formburn dan Harris menjadikan

keenam aspek tersebut sebagai indikator pengukuran atau instrumen ukur reputasi yang dipatenkan sebagai nama The Reputation Quotient (RQ). (Warta, 2017: 33)

## **SIMPULAN**

Adanya aktivitas – aktivitas tersebut beserta tahapan dari perencanaan hingga evaluasi pada CSR Difablepreneur ini menimbulkan respon positif dari masyarakat setempat hingga pemberitaan dari media massa, yang membuat Pertamina memiliki citra yang baik dalam pembentukan reputasi bagi Perusahaan. Reputasi tersebut terbentuk dari persepsi yang kuat stakeholder pada performa dan kinerja perusahaan, sehingga memberikan peluang bagi perusahaan untuk dapat memperoleh pengakuan dan dukungan positif dari masyarakat.

Selain itu, dengan adanya kegiatan CSR Difablepreneur juga mampu mempengaruhi sikap publik. Aktivitas yang dilakukan oleh Pertamina melalui kegiatan CSR ini juga berhasil mencapai tujuan dari

Pertamina sendiri untuk dapat menciptakan sebuah desa yang inklusi atau desa yang ramah pada masyarakat khususnya penyandang disabilitas. Hal ini ditunjukkan dengan adanya pemberian fasilitas, pendampingan yang memberikan dampak pada kemampuan, keterampilan, pengetahuan serta hubungan dari difabel kepada Pertamina, serta respon positif dari masyarakat setempat dengan menghasilkan pandangan baru terhadap para difabel tersebut.

Program ini juga mencerminkan bahwa Pertamina tanggap terhadap isu sosial yang harus diatasi khususnya pada para difabel agar mereka mendapatkan hak dan kesempatan yang sama seperti orang lain. Hal ini akan membangun kesadaran bahwa Pertamina mempunyai kepedulian yang tinggi pada aspek sosial dan kualitas ekonomi masyarakat setempat. Sikap yang baik mengurangi resiko munculnya opini publik negatif, menekan potensi protes, sabotase bahkan sikap anarkisme publik,

sehingga tujuan dari perusahaan tercapai.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambadar, Jackie. 2008. *CSR Dalam Praktik di Indonesia*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Bungin, M. Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Chaerudin, Ali. Rani, Inta H dan Alicia, Velma. 2020. *Sumber Daya Manusia: Pilar Utama Kegiatan Operasional Organisasi*. Sukabumi: CV Jejak
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Littlejohn, Stephen W. & Karen A. Foss. 2011. *Theories of Human Communication 10th Edition*. US: Waveland Press .
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nai, Firmina Angela. 2017. *Teori Belajar dan Pembelajaran Implementasinya dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP, SMA, dan SMK*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rachman, Nurdizal M. Effendy, Asep dan Wicaksana, Emir. 2011. *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Depok: Penebar Swadaya
- Rahman, Reza. 2009. *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan*. Jakarta: MedPress.
- Said, Achmad Lamo. 2018. *Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Governance*. Yogyakarta: Deepublish
- Sanjaya, Wina. 2017. *Paradigma Baru Mengajar*. Jakarta: Kencana.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Semiawan, Conny R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.

Siahaan, Hinsa. 2009. *Manajemen Risiko Pada Perusahaan dan Birokrasi*. Jakarta: PT. Elex Media Kompetindo

Suharto, Edi. 2009. *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Alfabeta.

Susanto, A B. 2007. *Corporate Social Responsibility: A Strategic Management Approach*. Jakarta: The Jakarta Consulting Group.

Syairozi, Muhammad Imam. 2019. *Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur dan Perbankan*. Magelang: Tidar Media

Untung, Hendrik Budi. 2017. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.

Warta, Waska. 2017. *Manajemen Reputasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Wati, Dr. Lela Nurlaela. 2019. *Model Corporate Social Responsibility*. Ponorogo: Myria Publisher.

## **Jurnal**

Karina, Lovink Angel Dwi dan Yuyetta, Etna Nur Afri. 2013. *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR*. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>

Sendjaja, Sasa Djuarsa dan Rahardjo, Turnomo dan Pradekso, Tandiyo and Sunarwinadi, Ilya R. 2018. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.

## **Website**

[www.pertamina.com](http://www.pertamina.com)