

PERKULIAHAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
No. DAF AK 0918/PER-UMP/10
ANGKAL 23-03-2010

**EVALUASI PELAKSANAAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DALAM BENTUK PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA
LINGKUNGAN PADA PT. PERTAMINA (PERSERO)
UNIT PEMASARAN II PALEMBANG**

SKRIPSI



OLEH :

NAMA : YESSI YULIANI

NIM : 22.2006.093

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI
2010**

**EVALUASI PELAKSANAAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DALAM BENTUK PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA
LINGKUNGAN PADA PT. PERTAMINA (PERSERO)
UNIT PEMASARAN II PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



OLEH :

NAMA : YESSI YULIANI

NIM : 22.2006.093

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI
2010**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : YESSI YULIANI

Nim : 22.2006.093

JURUSAN : AKUNTANSI

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Palembang, Februari 2010
Penulis,



Yessi Yuliani

**Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah
Palembang**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : **EVALUASI PELAKSANAAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM BENTUK PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA LINGKUNGAN PADA PT. PERTAMINA (PERSERO) UNIT PEMASARAN II PALEMBANG.**

Nama : **Yessi Yuliani**
Nim : **22.2006.093**
Fakultas : **Ekonomi**
Jurusan : **Akuntansi**
Mata Kuliah Pokok : **Teori Akuntansi**

Diterima dan disyahkan

Pada tanggal, 17 5 20

Pembimbing,


(M. Taufiq Syamsyuddin, S.E., Ak., M.Si)

Mengetahui,

Dekan

U.b Ketua Jurusan



(Drs. Sunardi, S.E., M.Si)

Motto :

★ Jalani hidup ini tanpa rasa ketakutan, hadapi semua masalah, dan yakinlah bahwa kita mampu mengatasinya, lalu
TERSENYUMLAH.....☺

(Yessi Yuliani)

★ Kita tidak tahu bagaimana hari esok, yang bisa kita lakukan adalah
berbust sebaik-baiknya dan berbahagia pada hari ini.

(Samuel Taylor Coleridge)

★ Segala sesuatu yang Allah berikan, aku yakin Allah pasti
memberikan yang terbaik untukku dan aku tak pernah ragu.

(Ali Bin Abi Thalib)

Kupersembahkan Untuk :

- ♥ Bapak dan Ibuku tercinta
- ♥ Ayuk dan Kekakku Tersayang
- ♥ Seseorang yang kelak menjadi
Pendamping hidupku
- ♥ Sahabat-sahabatku
- ♥ Almamsterku



PRAKATA

Alhamdulillahirrobbil alamin, dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kesempatan, rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Evaluasi Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dalam bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan pada PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang.

Corporate Social Responsibility (CSR) yang diwujudkan dalam bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan telah diatur oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN dan berpedoman kepada Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor Kep-236/MBU/2003, yang selanjutnya disempurnakan dengan Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang dalam bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan telah dilaksanakan dengan baik sesuai prosedur dan sistem yang diterapkan, baik berdasarkan konsep teoretis maupun peraturan terkait, hanya saja pada tahap evaluasi sering terjadi permasalahan teknis yang tidak dapat dikontrol /dihindari baik dari sisi internal maupun eksternal

manajemen. Masalah teknis tersebut adalah timbulnya kesulitan pada saat penagihan kepada mitra binaan atas dana yang telah disalurkan. Alasan yang timbul biasanya debitur (mitra binaan) tidak berada ditempat saat penagihan, sehingga walaupun telah dilakukan evaluasi masih terjadi kekeliruan yang berakibat terjadinya kemacetan pada saat pengembalian dana pinjaman oleh mitra binaan.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada kedua orang tuaku Ayahanda (Rusman) dan Ibunda (Betty Augenstein), Ayuk dan Kakakku (Silvia Ariyani, S.Pd & RA. H. Azhari, SE), (Robby Indrawan & Eni Dewanti, A.Md) yang sangat penulis hormati dan sayangi yang telah mendidik, membiayai, mendoakan, memotivasi, memberikan kasih sayang, perhatian, semangat dan semua yang terbaik untuk penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Bapak M. Taufiq Syamsuddin, SE., Ak, M.Si., yang telah membimbing dan memberikan pengarahan serta saran-saran dengan tulus dan ikhlas kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Selain itu, disampaikan juga terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mengizinkan, dan membantu penulis dalam penyelesaian studi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.

1. Bapak Drs. H. M. Idris, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. H. Rosyadi, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Bapak Drs. Sunardi, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang dan selaku Pembimbing Akademik Paket Khusus CA06.
4. Seluruh Bapak dan ibu Dosen serta Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang
5. Bapak Betri Sirajuddin, SE., Ak., M.Si dan Bapak M. Irfan Tarmizi, SE., Ak., MBA selaku Dosen terdekatku yang telah memberikan banyak motivasi, doa, dan perhatiannya kepada penulis.
6. Bapak M. Zakaria, SH selaku Manager Security and Public Relation PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang.
7. Kak Kerangga Jaya selaku HR. Area bagian Analyst People Development PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang.
8. Bapak M. Toyib selaku Ast. Program Kemitraan PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang dan Bapak Baisuni selaku Pws. Adm dan Keuangan PKBL PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini.
9. Om Jakfar yang telah membantu mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Keluarga besarku (Om Johnni, Om Eddy, Tante Emmy, Mbak Itin, Kak Hamdi, Kak Arman, Kak Frengki, Ayu, Sonya dan lain-lain yang tidak dapat ku sebutkan satu persatu) yang telah memberikan kehangatan kasih sayang, dorongan, dan semangat kepadaku.

11. Haryono Farista penyemangatku yang senantiasa mendoakan, memberikan motivasi, keceriaan, dan kebahagiaan dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat-sahabatku (Tiki, Mona, Ani, Eka, Panca, Fuad, dan Mita) yang selalu memberikan dorongan dan canda tawa dalam suka maupun duka.
13. Seluruh teman-teman paket khusus CA06 (Dita, Ali, Ari, Heri, Melan, Yanti, Mayang dan Nina) yang telah memberikan masukan-masukan positif dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas semua budi baik kalian. Akhirul Kalam dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga amal dan ibadah yang dilakukan mendapat balasan dari-Nya. Amin.

Palembang, Februari 2010

Yessi Yuliani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PRAKATA.....	v
HALAMAN DAFTAR ISI.....	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	xiii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xiv
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Sebelumnya.....	11
B. Landasan Teori.....	13
1. Corporate Social Responsibility.....	13
a. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i>	13
b. Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i>	14

c.	Pendorong Munculnya <i>Corporate Social Responsibility</i> ..	15
d.	Bentuk Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	16
e.	Alasan Pentingnya Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	18
f.	Tahap Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	19
g.	Pro Kontra Mengenai Pelaporan <i>Corporate Social Responsibility</i>	22
2.	Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).....	24
a.	Program Kemitraan.....	24
b.	Program Bina Lingkungan.....	26

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A.	Jenis Penelitian.....	28
B.	Tempat Penelitian.....	29
C.	Operasionalisasi Variabel.....	29
D.	Data yang Diperlukan.....	30
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	30
F.	Analisis Data dan Teknik Analisis.....	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Hasil Penelitian.....	33
1.	Sejarah berdirinya PT. Pertamina (Persero).....	33
2.	Sejarah berdirinya PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang.....	37

3. Budaya dan Tujuan PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang.....	39
4. Visi dan Misi PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang.....	40
5. Tata Nilai.....	41
6. Struktur Organisasi.....	42
7. Pembagian Tugas.....	44
8. Pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan pada PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang.....	51
a. Perencanaan.....	51
b. Implementasi.....	52
c. Evaluasi.....	56
d. Pelaporan.....	57
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
1. Perencanaan.....	58
2. Implementasi.....	60
3. Evaluasi.....	62
4. Pelaporan.....	63

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan..... 68

B. Saran..... 69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 Jumlah Mitra Binaan.....	8
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel.....	29
Tabel IV.1 Rekapitulasi Penyaluran Dana Program Kemitraan dan Bina Lingkungan.....	55
Tabel IV.2 Analisis dan Evaluasi Pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> dalam bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan oleh PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang.....	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar IV.1 Struktur Organisasi.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Persetujuan Riset dari Tempat Penelitian**
- Lampiran 2 Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi**
- Lampiran 3 Lembar Persetujuan Perbaikan Skripsi**
- Lampiran 4 Kartu Aktivitas Bimbingan Usulan Penelitian**
- Lampiran 5 Daftar Hadir Seminar Usulan Penelitian Mahasiswa Jurusan
Akuntansi Periode 2009-2010**
- Lampiran 6 Sertifikat Mengaji**
- Lampiran 7 Sertifikat Test Toefl**
- Lampiran 8 Sertifikat KKN**
- Lampiran 9 Biodata Penulis**

ABSTRAK

Yessi Yuliani/222006093/2010/Evaluasi Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dalam Bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan pada PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah pelaksanaan *corporate social responsibility* dalam bentuk program kemitraan dan bina lingkungan pada PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang. Tujuannya untuk mengetahui pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dalam bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan pada PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan dan menguraikan pelaksanaan CSR dalam bentuk PKBL pada suatu perusahaan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dan apa adanya. Data yang digunakan adalah data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah kualitatif yaitu dengan cara menjelaskan pelaksanaan CSR dalam bentuk PKBL yang telah dilakukan oleh PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang dalam bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan telah dilaksanakan dengan baik sesuai prosedur dan sistem yang diterapkan, baik berdasarkan konsep teoretis maupun peraturan terkait, hanya saja pada tahap evaluasi sering terjadi permasalahan teknis yang tidak dapat dikontrol /dihindari baik dari sisi internal maupun eksternal manajemen. Masalah teknis tersebut adalah timbulnya kesulitan pada saat penagihan kepada mitra binaan atas dana yang telah disalurkan. Alasan yang timbul biasanya debitur (mitra binaan) tidak berada ditempat saat penagihan, sehingga walaupun telah dilakukan evaluasi masih terjadi kekeliruan yang berakibat terjadinya kemacetan pada saat pengembalian dana pinjaman oleh mitra binaan.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility, Program Kemitraan dan Bina Lingkungan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peranan entitas (perusahaan) dalam lingkungan ekonomi dan bisnis saat ini tidak dapat dipungkiri membawa keuntungan bagi masyarakat. Perusahaan bisa membuka peluang kerja, menyediakan produk yang sangat dibutuhkan masyarakat, membayar pajak dan retribusi serta memberikan sumbangan sosial yang besar untuk kemajuan masyarakat dan Negara. Namun demikian, semakin lama tanpa disadari oleh masyarakat dunia usaha bahwa perusahaan yang ciri utamanya adalah mencari laba (*profit motive*) yang setinggi-tingginya semakin sulit dikendalikan. Aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan sering kali menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat dan lingkungan, seperti timbulnya polusi udara, keracunan, kebisingan, kesewenang-wenangan dan sebagainya.

Semakin kritisnya masyarakat sebagai mitra utama perusahaan, menyebabkan berkembangnya suatu pandangan modern (*modern paradigma*) yang berpendapat bahwa kemitraan perusahaan dan masyarakat haruslah bersifat timbal balik (*Reciprocal*) sehingga perusahaan sebagai pengelola sumber daya yang ada di masyarakat dan sekitarnya tidak hanya memiliki laba maksimal untuk kepentingan perusahaan tetapi laba tersebut harus pula digunakan untuk kepentingan sosial.

Pengakomodasian unsur tanggung jawab sosial di Indonesia belum dijalankan dengan baik dan wajar dalam proses penilaian dampak sosial maupun dalam pelaporan. Ini dibuktikan melalui banyaknya konflik dan masalah yang terjadi pada segmen industrial seperti demonstrasi dan protes yang menyiratkan ketidakpuasan beberapa elemen pemegang saham (*stakeholders*) pada manajemen perusahaan.

Fenomena tersebut memberikan pemahaman bahwa tanggung jawab perusahaan bukan hanya sebagai entitas yang mementingkan diri sendiri melainkan sebuah entitas yang wajib melakukan adaptasi kultural dari lingkungan sosialnya. Tanggung jawab sosial perusahaan bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi (menciptakan profit demi kelangsungan usaha) melainkan juga tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan.

Selain itu, beberapa peristiwa yang terjadi akhir-akhir ini juga ikut menyadarkan akan arti penting penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, dimana perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan semata tetapi juga ikut memperhatikan dan peduli terhadap kondisi lingkungan. Sebagai contoh PT. Inti Indorayon yang ditutup operasinya karena mencemari lingkungan. PT. Lapindo Brantas yang banyak menimbulkan protes dari warga sekitar penambangan akibat luapan lumpur panas yang merusak sejumlah fasilitas umum dan tempat tinggal mereka.

Corporate Social Responsibility (CSR) itu sendiri, menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* adalah keterpanggilan dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi

berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan berikut komuniti-komuniti setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.

CSR merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua stakeholders, termasuk di dalamnya adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier*, bahkan juga kompetitor. *CSR* dapat dijalankan melalui tiga pilar yaitu sosial, ekonomi dan lingkungan. Kegiatan yang dilakukan berupa *Community Development* yang kemudian dikembangkan untuk mencapai citra yang baik di mata para *stakeholders* perusahaan. Adanya beberapa pihak yang masih memandang pelaksanaan *CSR* dalam konteks profitabilitas perusahaan merupakan tantangan tersendiri, karena seyogyanya perusahaan juga harus memperhatikan orang dan lingkungan sekitarnya. Disini kemitraan antara perusahaan dengan pemerintah dan masyarakat merupakan kunci keberhasilan pelaksanaan *CSR*.

Perusahaan yang mengedepankan konsep *community development* lebih menekankan pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat, sehingga dapat menggali potensi masyarakat lokal yang menjadi modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang. Selain dapat menciptakan peluang-peluang sosial ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, akan tumbuh rasa percaya dan rasa memiliki yang terbentuk dari masyarakat, sehingga masyarakat merasakan manfaat atas kehadiran perusahaan.

Deskripsi lingkungan tempat akuntansi beroperasi secara tidak langsung akan menunjukkan hubungan antara prinsip atau standar akuntansi dengan

fenomena dunia nyata. Apabila lingkungan berubah, maka akuntansi harus mengikuti perubahan tersebut agar akuntansi tetap mempunyai peran serta bermanfaat bagi lingkungannya. Akuntansi sebagai bagian tak terpisahkan dari perusahaan, berupaya mengakomodasi perubahan yang terjadi, dengan merumuskan akuntansi sosial ekonomi sebagai wujud kepentingan terhadap pertukaran perusahaan dengan lingkungan sosialnya.

Menurut Ahmed (2006: 349) akuntansi sosial ekonomi timbul dari penerapan akuntansi dalam ilmu sosial menyangkut pengaturan, pengukuran analisis dan pengungkapan pengaruh ekonomi dan sosial dari kegiatan pemerintah dan perusahaan. Hal ini termasuk kegiatan yang bersifat mikro dan makro. Pada tingkat makro bertujuan untuk mengukur dan mengungkapkan kegiatan ekonomi dan sosial negara mencakup *social accounting* dan *reporting* peranan akuntansi dalam pembangunan ekonomi. Pada tingkat mikro bertujuan untuk mengukur dan melaporkan pengaruh kegiatan perusahaan terhadap lingkungannya, mencakup *financial managerial*, *social accounting*, dan *social auditing*.

Sebagai perwujudan akuntabilitas dan transparansi yang tinggi, perusahaan perlu mengungkapkan kinerja CSR dalam laporan CSR atau laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Melalui laporan ini akan terungkap apakah tingkat keterbukaan perusahaan sudah satu level dengan harapan masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan asumsi bahwa terdapat kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat, maka sudah seharusnya perusahaan mengungkapkan kinerja sosialnya kepada pihak eksternal sebagai

informasi dalam pengambilan keputusan, khususnya dalam hal prospek perusahaan.

Menurut Yusuf (2007: 144-146) perusahaan yang menggelar program *CSR* idealnya melakukan serangkaian proses perencanaan program, implementasi program, monitoring program, evaluasi program hingga membuat pelaporan., sehingga dapat dikatakan bahwa proses terakhir dari penerapan program *CSR* adalah pelaporan, keseluruhan proses yang terjadi merupakan langkah – langkah yang berkesinambungan (*going concern*)

PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang merupakan salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang pertambangan Minyak dan Gas Bumi Negara yang berbasis bahan baku hasil penambangan, sehingga perseroan tidak dapat mengelak dari keterkaitan dengan problematika sosial dan lingkungan yang terjadi. Kedudukan PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang sebagai BUMN mempunyai faktor pembeda dibandingkan dengan perusahaan non-BUMN yang secara normatif mendukung kegiatan kedermwanaan sosial. Faktor pembeda itu adalah terdapatnya instrumen yang bersifat imperatif berupa kebijakan pemerintah. Melalui instrumen tersebut, suka atau tidak suka, mau atau tidak mau, implementasi *CSR* merupakan hal yang mutlak (*mandatory*) bagi PT. Pertamina.

Pertanggungjawaban sosial PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang yang bersifat imperatif (pemaksa), bertolak belakang dengan filosofi aktifitas sosial itu sendiri yang bersifat sukarela, sehingga untuk

mengkaji motif penerapan *CSR*, pengelolaan dana, evaluasi program sampai ke pelaporan merupakan persoalan yang menarik dan penting. Memenuhi amanat Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN dan berpedoman kepada Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor Kep-236/MBU/2003 sebagai wujud penerapan *CSR*, PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang melaksanakan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

Menurut pedoman pengelolaan PKBL No. A-001/ H00600/ 2008-S0, Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) adalah suatu organisasi khusus yang mengelola Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan yang merupakan bagian dari organisasi perusahaan serta bertanggungjawab kepada Direksi Perusahaan. Unit PKBL sebagai pelaksana program *CSR* PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang, mempunyai kewenangan dalam pengelolaan dan pelaporan aktivitas sosial, sehingga Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) mempunyai kedudukan yang mandiri dan berkewajiban untuk menyajikan laporan keuangan secara terpisah dengan laporan keuangan perusahaan serta bertanggung jawab atas aktivitas ekonomi dan pengendalian administrasinya.

Tahap-tahap pelaksanaan PKBL dalam kegiatan sosial merupakan proses yang berkesinambungan dan tidak terpisahkan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pelaporan. Berdasarkan fenomena di lapangan, terdapat kendala pada tahap evaluasi kinerja PKBL. Kendala tersebut berasal dari internal PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang. Evaluasi

yang dilakukan terhadap PKBL dinilai belum mampu memberikan masukan/ input yang optimal bagi perusahaan, khususnya mengenai efisiensi dan efektivitas bantuan yang diberikan kepada mitra binaan, sehingga PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II mengalami kesulitan pada saat pelaporan CSR dalam bentuk PKBL. PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang dalam menyalurkan/ memberikan dana untuk Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL) hanya didasarkan pada kelengkapan persyaratan administrasi tanpa melakukan kajian secara objektif kepada pihak yang mengajukan bantuan permodalan. Kajian yang dimaksudkan adalah melakukan survey ketempat calon mitra binaan. Tujuannya adalah untuk mengetahui secara langsung keabsahan dari informasi permohonan yang disampaikan secara administratif oleh calon mitra binaan, sehingga melalui survey yang dilakukan, dapat diputuskan secara objektif apakah pemohon dapat diberikan bantuan atautkah tidak. Masih minimnya kegiatan survey tersebut sangat mempengaruhi kontinuitas dari pengembalian dana yang dipinjam oleh mitra binaan. Akibatnya adalah timbul kemacetan dalam pengembalian dana mitra binaan, yang dalam jangka panjang berimbas pada kerugian bagi pihak PT. Pertamina.

Selama periode tahun 2006 hingga 2008 tercatat secara rata-rata, sebanyak 172 mitra binaan yang macet dalam mengembalikan pinjaman. Namun bila dilihat dari jumlah mitra binaan yang menunggak, terjadi peningkatan sebesar 51,76% selama tahun 2006/2007 dan 134% selama tahun 2007/2008. Sebagai ilustrasi disajikan pada Tabel I.1 .

Tabel I.1
Jumlah Mitra Binaan

Keterangan	Jumlah Mitra Binaan		
	Tahun 2006	Tahun 2007	Tahun 2008
Mitra Binaan	184	226	805
Total Pinjaman	4.503.500.000	6.283.651.975	43.704.419.700
Mitra Binaan yang macet/ bermasalah	85	129	302
Total Pinjaman yang macet/ bermasalah	871.972.646	1.041.616.085	5.198.661.971

Sumber: PKBL PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang, 2010

Berkaitan dengan uraian tersebut, permasalahan yang muncul pada penerapan CSR untuk program kemitraan bina lingkungan (PKBL) adalah pada tahap penyusunan laporan (*Reporting*) yang merupakan salah satu unsur transparansi penerapan CSR dalam bentuk PKBL. Laporan yang disusun tersebut sangat penting karena merupakan dasar evaluasi terhadap tanggung jawab sosial PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang, agar kedepannya dapat memberikan kontribusi yang optimal kepada masyarakat, khususnya pada penerapan CSR dalam bentuk PKBL mengingat sangat pentingnya CSR bagi perusahaan, lingkungan dan masyarakat.

Berdasarkan fenomena tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Evaluasi Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dalam bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan pada PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah pelaksanaan *corporate social responsibility* dalam bentuk program kemitraan dan bina lingkungan pada PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan *corporate social responsibility* dalam bentuk program kemitraan dan bina lingkungan pada PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pihak-pihak sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis mengenai pelaksanaan *corporate social responsibility* dalam bentuk program kemitraan dan bina lingkungan pada PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang.

2. Bagi PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang

Untuk memberikan informasi yang memungkinkan bagi manajemen mengenai keefektifan pelaksanaan *corporate social responsibility* dalam bentuk program kemitraan dan bina lingkungan, manfaat dan kontribusi

yang rill dirasakan oleh masyarakat sekitar pada khususnya dan stakeholder pada umumnya.

3. Bagi Almamater

Sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian yang serupa dimasa yang akan datang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Sebelumnya

Penelitian sebelumnya berjudul Evaluasi Penerapan Akuntansi Sosial Ekonomi dalam Bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan pada PT. Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk Tanjung Enim yang telah dilakukan oleh Detti, 2007. Perumusan masalah dalam penelitian tersebut adalah apakah penerapan akuntansi sosial ekonomi di PT. Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk dalam bentuk program kemitraan dan bina lingkungan sebagai tanggungjawab sosial perusahaan telah dilaksanakan sesuai dengan teori-teori yang ada.

Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui akuntansi sosial ekonomi yang telah diterapkan oleh PT. Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk dalam bentuk program kemitraan dan bina lingkungan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian evaluasi yaitu membandingkan suatu kejadian, kegiatan dan produk dengan standar dan program yang telah ditetapkan. Terdapat satu variabel yaitu penerapan akuntansi sosial ekonomi. Indikator yang digunakan adalah pelaksanaan program kemitraan dan pelaksanaan program bina lingkungan.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa PT. Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk selama ini telah menjalankan tanggungjawab sosialnya dengan baik kepada setiap pihak di dalam lingkungan sosialnya. PT. Tambang

Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk juga dalam melaporkan tanggungjawab sosialnya menggunakan metode *social program management approach* yaitu dengan cara mengungkapkan program-program manajemen untuk pertanggungjawaban sosialnya dengan disertai hasil yang telah dicapai atas program tersebut.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti mengenai program kemitraan dan bina lingkungan. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah pada penelitian sebelumnya objek penelitiannya pada PT. Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk Tanjung Enim sedangkan penelitian sekarang objek penelitian pada PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang. Penelitian ini hanya membahas mengenai pelaksanaan *corporate social responsibility* dalam bentuk program kemitraan dan bina lingkungan pada PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah pelaksanaan *corporate social responsibility* dalam bentuk program kemitraan dan bina lingkungan pada PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang. Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan dan menguraikan pelaksanaan *CSR* dalam bentuk PKBL pada suatu perusahaan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dan apa adanya.

B. Landasan Teori

1. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

a. *Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)*

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD, Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah keterpanggilan dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komuniti-komuniti setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.

CSR merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua stakeholders, termasuk di dalamnya adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier, bahkan juga kompetitor

Ada beberapa definisi yang menggambarkan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan diantaranya:

- 1) Hendrik (2008: 114) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.

- 2) Uni Eropa (*EU Green Paper on CSR*) mengemukakan bahwa *CSR is a concept whereby companies integrate social and environmental concern in their business operations and their interaction with their stakeholders on a voluntary basis.*
- 3) World Bank memandang *CSR* sebagai *the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development.*

Dari definisi-definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah proses pengambilan keputusan yang dikaitkan dengan nilai-nilai etika, memenuhi kaidah-kaidah dan keputusan hukum dalam menghargai manusia, masyarakat dan lingkungan.

b. Manfaat *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Menurut Hendrik (2008: 6-7) manfaat *CSR* adalah sebagai berikut:

- 1) Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merk perusahaan.
- 2) Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- 3) Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
- 4) Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
- 5) Membuka peluang pasar yang lebih luas.

- 6) Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
- 7) Memperbaiki hubungan dengan Pemegang Saham/ *Stakeholders*.
- 8) Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- 9) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- 10) Mendapatkan peluang penghargaan.

c. Pendorong Munculnya *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pendorong munculnya *CSR* menurut Sofyan (2007: 392-394) adalah sebagai berikut:

1) Kecenderungan terhadap Kesejahteraan

Kesejahteraan masyarakat yang sebenarnya hanya dapat lahir dari sikap kerjasama antar unit-unit masyarakat itu sendiri. Negara tidak bisa hidup sendiri tanpa partisipasi rakyatnya, perusahaan juga tidak akan maju tanpa dukungan langganannya maupun lingkungan sosialnya. Kenyataan ini semakin disadari dan semakin dibutuhkan pertanggungjawaban.

2) Kecenderungan terhadap Kesadaran Lingkungan

Dalam literatur paradigma ini dikenal dengan *the human exceptionalism paradigm* menuju *the new environment paradigm*. Paradigma yang pertama menganggap bahwa manusia adalah makhluk unik di bumi yang memiliki kebutuhan sendiri yang tidak dapat dibatasi oleh kebutuhan makhluk lain. Sebaliknya paradigma yang terakhir menganggap bahwa manusia adalah makhluk di antara bermacam-macam makhluk mendiami bumi, saling

mempunyai keterkaitan, sebab akibat dan dibatasi oleh sifat keterbatasan itu sendiri, baik sosial, ekonomi atau politik.

3) Perspektif Ekosistem

Orientasi yang terdahulu lebih diarahkan kepada pembangunan ekonomi, efisiensi, profit maximation sehingga menimbulkan krisis ekosistem.

4) Ekonomisasi vesus Sosialisasi

Ekonomisasi hanya mengarahkan kepuasan individual sebagai suatu unit yang selalu mempertimbangkan *cost* dan *benefit* tanpa memperhatikan kepentingan masyarakat. Sebaliknya sosialisasi menekankan perhatiannya terhadap kepentingan sosial dan selalu mempertimbangkan efek sosial yang ditimbulkan oleh kegiatannya.

d. Bentuk Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) yang kini marak diimplementasikan banyak perusahaan, mengalami evolusi dan metamorfosis dalam rentang waktu yang cukup panjang. Hal ini patut disayangkan bila perusahaan hanya sekedar mengikuti tren tanpa memahami esensi dan manfaat dari *CSR*, karena bila hal itu terjadi, maka konsep dan sistem yang bagus itu tidak akan terlaksana dengan baik, sehingga bentuk penerapan *CSR* perlu dikaji ulang untuk mendapatkan bentuk utuh dari *CSR* dan mendapatkan manfaat yang berkelanjutan.

Menurut Yusuf (2007: 140) ada 3 kategori bentuk penerapan *corporate social responsibility (CSR)*, yaitu:

- 1) Sekedar basa – basi dan keterpaksaan, artinya *CSR* dipraktekkan hanya karena faktor eksternal (*eksternal driven*).
- 2) Sebagai upaya untuk memenuhi kewajiban (*compliance*), artinya *CSR* diimplementasikan karena memang ada regulasi, hukum, dan aturan yang memaksanya.
- 3) Bukan lagi sekedar kewajiban (*compliance*) tapi diluar kewajiban (*beyond compliance*), artinya *CSR* diimplementasikan karena memang ada dorongan yang tulus dari dalam (*internal driven*).

Menurut Sofyan (2007: 395) Kantor akuntan *Ernst & Ernst* telah melakukan penelitian sejak 1971 tentang keterlibatan sosial perusahaan yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Bentuk penerapan *CSR* yang diungkapkan adalah sebagai berikut:

- 1) Lingkungan:
 - a) Polusi
 - b) Pencegahan kerusakan, konservasi sumber-sumber alam, dan lain-lain.
- 2) Energi:
 - a) Konservasi energi
 - b) Penghematan, dan lain-lain.

- 3) Praktik usaha yang baik/ fair:
 - a) Merekrut pegawai dari minoritas dan peningkatan kemampuannya
 - b) Penggunaan tenaga wanita sebagai karyawan
 - c) Pembukaan unit usaha di luar negeri, dan lain-lain.
- 4) Sumber tenaga manusia:
 - a) Kesehatan dan keamanan pegawai
 - b) Pelatihan, dan lain-lain.
- 5) Keterlibatan terhadap masyarakat:
 - a) Kegiatan masyarakat sekitar
 - b) Kesehatan
 - c) Pendidikan
 - d) Seni, dan lain-lain.
- 6) Produksi:
 - a) Keamanan produksi
 - b) Mengurangi polusi
 - c) Keracunan, dan lain-lain.

e. Alasan Pentingnya Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Yusuf (2007: 142) ada 3 alasan penting kalangan dunia usaha mesti merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya yaitu:

- 1) Perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat.

Perusahaan mesti menyadari bahwa mereka beroperasi dalam suatu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial ini berfungsi sebagai kompensasi atau upaya timbal balik atas penguasaan sumber daya alam ekonomi oleh perusahaan yang kadang bersifat ekspansif dan eksploratif disamping sebagai kompensasi sosial karena timbulnya ketidaknyamanan pada masyarakat.

- 2) Kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat mutualisme.

Untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, wajar bila perusahaan juga dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga bisa tercipta harmonisasi hubungan bahkan pendongkrakan citra dan performa perusahaan.

- 3) Kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial.

Potensi konflik biasanya berasal akibat dampak operasional perusahaan ataupun akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan.

f. Tahap Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Umumnya perusahaan-perusahaan yang telah berhasil dalam menerapkan *CSR*, menurut Yusuf (2007: 144-146) menggunakan tahap-tahap sebagai berikut:

1) Tahap Perencanaan

Perencanaan terdiri atas tiga langkah utama yaitu:

- a) *Awareness Building* merupakan langkah awal untuk membangun kesadaran mengenai arti penting *CSR* dan komitmen manajemen.
- b) *CSR Assesment* merupakan upaya untuk memetakan kondisi perusahaan dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapatkan prioritas perhatian dan langkah-langkah yang tepat untuk membangun struktur perusahaan yang kondusif bagi penerapan *CSR* secara efektif.
- c) *CSR Manual*. Hasil assessment merupakan dasar untuk penyusunan manual atau pedoman implementasi *CSR*. Upaya yang mesti dilakukan antara lain melalui *benchmarking*. Menggali dari referensi atau bagi perusahaan yang menginginkan langkah instant, penyusunan manual ini dapat dilakukan dengan meminta bantuan tenaga ahli independen dari luar perusahaan.

2) Tahap Implementasi

Perencanaan sebaik apapun tidak akan berarti dan tidak akan berdampak apapun bila tidak diimplementasikan dengan baik. Tahap implementasi ini terdiri dari tiga langkah utama yakni, sosialisasi, pelaksanaan, dan internalisasi. Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pada dasarnya harus sesuai dengan pedoman yang

ada, sedangkan internalisasi mencakup upaya untuk memperkenalkan *CSR* didalam seluruh proses bisnis perusahaan.

3) Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi yaitu tahap yang perlu dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu untuk mengukur sejauh mana efektifitas penerapan *CSR*. Evaluasi bukan tindakan untuk mencari-cari kesalahan atau kambing hitam, justru dilakukan untuk pengambilan keputusan. Evaluasi juga bisa dilakukan dengan meminta pihak independen untuk melakukan audit implementasi atas praktik *CSR* yang telah dilakukan.

4) Tahap Pelaporans

Pelaporan diperlukan dalam rangka membangun sistem informasi baik untuk keperluan proses pengambilan keputusan maupun keperluan keterbukaan informasi material dan relevan mengenai perusahaan.

Menurut Diller, 1970 seperti yang dikutip oleh Sofyan (2007: 409) untuk melaporkan aspek kinerja *CSR* yang diakibatkan perusahaan ada beberapa teknik pelaporan *CSR* yaitu sebagai berikut:

- a) Pengungkapan dalam surat kepada pemegang saham baik dalam laporan tahunan atau bentuk laporan lainnya.
- b) Pengungkapan dalam catatan atas laporan keuangan.

- c) Dibuat dalam perkiraan tambahan misalnya melalui adanya perkiraan (akun) penyisihan kerusakan lokasi biaya, biaya pemeliharaan lingkungan, dan sebagainya.

g. Pro Kontra Mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Dalam pelaksanaan tahap akhir dari pelaksanaan *CSR* yang berupa pelaporan/ *Reporting* terdapat pro dan kontra tentang pelaksanaannya. Menurut Sofyan (2007: 401) alasan para pendukung agar perusahaan memiliki etika dan tanggung jawab sosial antara lain:

- 1) Keterlibatan sosial merupakan respon terhadap keinginan dan harapan masyarakat terhadap peranan perusahaan.
- 2) Keterlibatan sosial mungkin akan mempengaruhi perbaikan lingkungan, masyarakat yang mungkin akan menurunkan biaya produksi.
- 3) Meningkatkan nama baik perusahaan, menimbulkan simpati langganan, simpati karyawan, investor, dan lain-lain.
- 4) Menghindari campur tangan pemerintah dalam melindungi masyarakat. Campur tangan pemerintah cenderung membatasi peran perusahaan.
- 5) Dapat menunjukkan respon positif perusahaan terhadap norma dan nilai yang berlaku dalam masyarakat sehingga mendapat simpati masyarakat.
- 6) Sesuai dengan keinginan para pemegang saham, dalam hal ini publik.

- 7) Mengurangi tensi kebencian masyarakat kepada perusahaan yang kadang-kadang suatu kegiatan yang dibenci masyarakat tidak mungkin dihindari.
- 8) Membantu kepentingan nasional, seperti konservasi alam, pemeliharaan barang seni budaya, peningkatan pendidikan rakyat, lapangan kerja, dan lain-lain.

Di pihak lain, Menurut Sofyan (2007: 401-402) alasan para penantang yang tidak menyetujui konsep tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebagai berikut:

- 1) Mengalihkan perhatian perusahaan dari tujuan utamanya dalam mencari laba. Ini akan menimbulkan pemborosan.
- 2) Memungkinkan keterlibatan perusahaan terhadap permainan kekuasaan atau politik secara berlebihan yang sebenarnya bukan lapangannya.
- 3) Dapat menimbulkan lingkungan bisnis yang monolitik bukan yang bersifat pluralistik.
- 4) Keterlibatan sosial memerlukan dana dan tenaga yang cukup besar yang tidak dapat dipenuhi oleh dana perusahaan yang terbatas, yang dapat menimbulkan kebangkrutan atau menurunkan tingkat pertumbuhan perusahaan.
- 5) Keterlibatan pada kegiatan sosial yang demikian kompleks memerlukan tenaga dan para ahli yang belum tentu dimiliki oleh perusahaan.

2. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL)

Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan dilaksanakan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN dan berpedoman kepada Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor Kep-236/MBU/2003 tanggal 17 Juni 2003, yang selanjutnya disempurnakan dengan Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan ini merupakan usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk melaksanakan tanggungjawab sosialnya/ *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Program ini merupakan salah satu bentuk kepekaan dan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan yang dimaksudkan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar, mengurangi pengangguran, mengatasi berbagai masalah sosial dan sekaligus untuk menciptakan ketenangan usaha yang mendorong kelancaran operasional perusahaan secara keseluruhan.

a. Program Kemitraan (PK)

Dalam rangka meningkatkan kegiatan dan pertumbuhan ekonomi kerakyatan serta terciptanya pemerataan pembangunan melalui perluasan kerja, kesempatan berusaha dan pemberdayaan masyarakat maka pemerintah mewajibkan setiap BUMN berpartisipasi mendukung Program Kemitraan kepada masyarakat khususnya pengusaha kecil. Program

Kemitraan yang dilaksanakan oleh setiap BUMN merupakan kelanjutan dari kegiatan Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (PUKK) yang telah dimulai sejak tahun 1994. Mitra binaan adalah usaha kecil yang mendapatkan pinjaman dari program kemitraan (PT. Pertamina, 2008)

Berdasarkan uraian tersebut perusahaan mempunyai kewajiban dalam melaksanakan program kemitraan. Menurut pedoman pengelolaan PKBL Pertamina No. A-001/ H00600/ 2008-S0, Program Kemitraan adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba perusahaan.

Dalam program mitra binaan, dibutuhkan orientasi yang spesifik dan tepat sehingga mitra binaan selalu berkoordinasi secara berkelanjutan dengan pihak PT. Pertamina. Strategi yang dilakukan antara lain:

- 1) Melakukan koordinasi dan bekerjasama dengan eselon penjualan, kepala-kepala lokasi diwilayah kerja.
- 2) Melakukan koordinasi dan kerjasama dengan Hiswanamigas, para agen, dealer dan penyalur resmi produk Pertamina.
- 3) Melakukan evaluasi dan penelitian pada setiap lokasi potensial terhadap usaha kecil calon mitra binaan pengecer Pertamina (PT. Pertamina, 2008).

b. Program Bina Lingkungan (PBL)

Program Bina Lingkungan merupakan bagian yang tidak dapat terpisah dari mitra binaan. Program bina lingkungan adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat di wilayah usaha perusahaan melalui pemanfaatan dana dari bagian laba perusahaan (PT. Pertamina, 2008). Melalui penyelenggaraan program bina lingkungan, diharapkan dapat memacu masyarakat untuk peduli terhadap dampak yang terjadi akibat kegiatan usaha yang dilakukan.

Agar dana *Community Development* dan bina lingkungan dapat tersalurkan tepat guna dan berhasil guna, maka PKBL melakukan koordinasi dan kerjasama dengan Hupmas dan fungsi terkait dalam menyalurkan bantuan. Strategi yang dilakukan meliputi:

1) Pendidikan dan Pelatihan

yaitu membina kerjasama dengan sekolah-sekolah, baik negeri maupun swasta untuk pemberian beasiswa, pelatihan keterampilan bagi anak putus sekolah dan penyuluhan-penyuluhan yang bertujuan meningkatkan pengetahuan masyarakat. Pendidikan yang dilakukan pada PT. Pertamina bukan untuk membantu fisik berupa pemberian beasiswa dan rehabilitasi pembangunan MCK, ruang mushollah sekolah dan gedung sekolah, tetapi dititikberatkan pada bagaimana mental anak didik untuk menjadi mandiri dan tahu akan risiko untuk dihadapi dalam kehidupan bermasyarakat.

2) Peningkatan Kesehatan

yaitu peningkatan gizi balita melalui program Posyandu yang berada disekitar wilayah operasi perusahaan.

3) Pengembangan Prasarana dan Sarana Umum

yaitu pembangunan MCK, perbaikan sarana sekolah seperti jembatan yang rusak, pengadaan air bersih untuk wilayah kumuh.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2004: 11) jenis penelitian berdasarkan eksplanasi / tingkat penjelasannya terdiri dari tiga bentuk, yaitu:

1. Deskriptif

yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.

2. Komparatif

yaitu suatu penelitian yang bersifat membandingkan variabel penelitian, dimana merupakan variabel mandiri tetapi untuk sampel yang lebih dari satu atau dalam waktu yang berbeda.

3. Asosiatif

yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan dan menguraikan pelaksanaan *CSR* dalam bentuk PKBL pada suatu perusahaan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dan apa adanya. Dengan demikian akan diperoleh gambaran pelaksanaan *CSR* dalam

bentuk PKBL dan tahapan – tahapan CSR dalam bentuk PKBL yang telah dilakukan di PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang.

B. Tempat Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini pada PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang yang beralamat di Jalan A. Yani No. 1247 Palembang. Telepon (0711) 519556

C. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel tersebut diukur. Operasionalisasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Tabel III. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
<i>Corporate Social Responsibility</i> dalam bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan	Bentuk pengambilan keputusan yang dikaitkan dengan nilai-nilai etika untuk kaidah-kaidah dan keputusan hukum dalam menghargai manusia, masyarakat dan lingkungan yang terkait dengan program kemitraan dan bina lingkungan	1. Perencanaan 2. Implementasi 3. Evaluasi 4. Pelaporan

Sumber: Penulis, 2010

1. Pengamatan (Observasi)

yaitu metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian.

2. Kuisisioner

yaitu metode pengumpulan data dengan atau mengeluarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas dasar pernyataan tersebut.

3. Survei

yaitu metode pengumpulan data dengan menggunakan instrumen untuk meminta tanggapan dan respon terhadap sampel.

4. Wawancara

yaitu teknik pengumpulan data yang pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan responden.

5. Dokumentasi

yaitu catatan tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu lalu.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pimpinan dan karyawan PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang bagian PKBL, sedangkan dokumentasi yaitu berupa data-data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang diarsip di PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang.

F. Analisis Data dan Teknik Analisis

Menurut Mudrajad (2003: 124) metode analisis data terdiri dari:

1. Kuantitatif

yaitu suatu metode analisis data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka).

2. Kualitatif

yaitu suatu metode analisis data yang diukur dengan cara memberikan penjelasan dalam bentuk kata-kata atau dalam bentuk kalimat.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yaitu dengan cara menjelaskan pelaksanaan *CSR* dalam bentuk PKBL yang telah dilakukan oleh PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Berdirinya PT. Pertamina (Persero)

Sejarah telah membuktikan betapa besar peranan yang dimainkan oleh minyak dan gas bumi sebagai sumber energi maupun untuk pembangunan nasional. Bahan galian yang ditemukan di Indonesia sejak abad ke-19 juga memiliki arti yang penting ditinjau dari pertahanan dan keamanan nasional. Sumber daya migas dan panas bumi merupakan sumber daya alam yang sangat strategis kerana menyangkut hajat hidup masyarakat luas dan peranannya sebagai akibat salah satu sumber energi dan devisa sangat penting di dalam pembangunan nasional.

Pengelolaan minyak mentah pertama kali di Telaga Tiga yang mengalami kegagalan dalam menemukan minyak bumi. Pengeboran minyak bumi berikutnya yang dilakukan oleh seorang pengusaha perkebunan berkebangsaan Belanda. A.J.Zieljker pada tahun 1883 di Telaga dekat Pangkalan Brandan pada kedalaman 400 feed. Pada waktu yang hampir bersamaan ditemukan minyak bumi di tempat lain di desa Lendok, Jawa Tengah dan Minyak Hitam ditemukan di daerah Muara Enim dan daerah Riam Kiwa dekat Sanga-sanga di Kalimantan Timur. Kemudian pada tahun 1887, Andrian Stroop eks pegawai Zieljker menemukan cadangan minyak di dekat Surabaya dan mendirikan kilang

minyak di Wonokromo, selanjutnya tahun 1894 memperluas usahanya di Jawa Tengah dengan mendirikan kilang minyak di Cepu.

Dengan ditemukannya daerah-daerah penghasil minyak bumi, mendorong perusahaan asing untuk ikut bergabung dalam usaha pengeboran minyak diantaranya, Royal Dutch Company, Sheel, Stanvas, Caltex, dll. Pada tahun 1912, perusahaan minyak Amerika Serikat "Standar Oil" masuk ke Indonesia dan mendirikan NKPM yang berhasil menemukan minyak pada tahun 1922 di daerah Talang Akar, Pendopo (Sumatera Selatan) yang merupakan daerah lapangan minyak terbesar di Timur, jauh sebelum Perang Dunia II. Pada tahun 1925 NKPM mendirikan kilang minyak di Sungai Gerong. Pada tahun 1939 NKPM berubah menjadi Standart Vacuum Petroleum Maatshappij (SPVM) dan pada tahun 1947 menjadi PT. Stanvac.

Setelah kemerdekaan RI terjadi beberapa perubahan mengenai perusahaan pengolahan minyak diantaranya PT. MSV menjadi PT. PERTAMINA (Perusahaan Minyak Nasional) atas dasar perintah KASAD Mayjen A.H Nasution pada tanggal 10 Desember 1957 yang dinyatakan sebagai hari jadi Pertamina.

Pengusahaan minyak dan gas Pertamina diatur dalam pasal 33 ayat 2 dan 3 Undang- Undang Dasar 1945, karena pada waktu itu belum ada Undang-Undang khusus yang mengatur, maka meskipun tidak sesuai dengan Undang-Undang Dasar 1945, secara konsesi masih diberlakukan sampai dengan tahun 1959. Pada tahun 1960 dikeluarkan Peraturan

Pemerintah pengganti Undang-Undang No. 19 tentang Peraturan Perusahaan. Badan usaha ini merupakan pengelola bidang-bidang produksi tertentu yang harus dikuasai negara.

Berdasarkan UU No.44/1960 yang juga disebut Undang-Undang Pertambangan Minyak dan Gas Bumi, pada tahun 1961 dibentuk tiga buah Perusahaan Negara yang bergerak pada sektor minyak dan gas bumi, yaitu:

- a. PN.PERMINA (Perusahaan Negara Minyak Nasional), berdasarkan PP No. 3/1961.
- b. PN. PERTAMIN (Perusahaan Negara Pertambangan Minyak Indonesia), berdasarkan PP No. 198/1961.
- c. PN. PERMIGAN, berdasarkan PP No. 199/1961.

Sejak tahun 1961, operasi penyediaan dan pelayanan Bahan Bakar Minyak dalam negeri dilakukan oleh PN. PERMINA dan setelah tahun 1966, seluruh kekayaan PT. SHEEL Indonesia termasuk kilang minyak Plaju, Balikpapan, Wonokromo, diambil alih oleh PN. PERMINA, kemudian pada tahun 1970 kilang minyak milik PT. STANVAC di Sungai Gerong dibeli oleh PN. PERMINA. Pada tahun 1965 PN. PERMIGAN dibubarkan berdasarkan PP No. 27/1968, kemudian Pada tanggal 20 Agustus 1968 dibentuk Perusahaan Negara Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Nasional (PN. PERTAMINA) yang merupakan peleburan dari PN. PERMIGAN dengan PN. PERMINA.

Pada tanggal 15 September 1971 sebagai landasan kerja bagi PN. PERTAMINA maka dibuat undang-undang landasan kerja baru, yaitu UU NO. 8 tahun 1971. Undang-undang ini menjadikan PERTAMINA sebagai satu-satunya BUMN yang mendapatkan kepercayaan dari pemerintah untuk mengelola sumber daya alam berupa Minyak dan Gas Bumi serta Panas bumi dengan tujuan untuk membangun dan melaksanakan perusahaan Minyak dan Gas bumi dalam arti seluas-luasnya untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat dan Negara, serta menciptakan ketahanan nasional (Pasal 5, Bab III Undang-Undang No. 8 tahun 1971).

Dewasi ini, di Indonesia terdapat 7 Unit Pengolahan, yaitu:

- a. Unit Pengolahan I pangkalan Brandan di propinsi Sumatera Utara dengan kapasitas 5 MBSD (Million Barel per Stem Day).
- b. Unit Pengolahan II Dumai/ Sei Pakning di Propinsi Riau dengan kapasitas 170 MBSD.
- c. Unit Pengolahan III Plaju/ Sungai Gerong di Propinsi Sumatera Selatan dengan kapasitas 135 MBSD.
- d. Unit Pengolahan IV Cilacap di Propinsi Jawa Tengah dengan kapasitas 300 MBSD.
- e. Unit Pengolahan V Balikpapan dengan kapasitas 125 MBSD.
- f. Unit Pengolahan Vi Balongan Indramayu dengan kapasitas 125 MBSD.
- g. Unit Pengolahan VII Sorong di Propinsi Irian Jaya.

Selain itu, PT. Pertamina memiliki 8 Unit Pemasaran yaitu:

- a. Unit Pemasaran (UPMS) I Medan, yang meliputi daerah pemasaran di Pekanbaru, Medan, Padang dan Banda Aceh.
- b. Unit Pemasaran (UPMS) II Palembang, yang meliputi daerah pemasaran di Sumsel, Jambi, Bangka Belitung, Bengkulu dan Lampung.
- c. Unit Pemasaran (UPMS) III Jakarta, yang meliputi pemasaran di Jakarta dan Bandung.
- d. Unit Pemasaran (UPMS) IV Semarang, yang meliputi daerah pemasaran di Semarang dan Yogyakarta
- e. Unit Pemasaran (UPMS) V Surabaya, yang meliputi daerah pemasaran di Denpasar, Surabaya dan Kupang.
- f. Unit Pemasaran (UPMS) VI Balikpapan, yang meliputi daerah pemasaran di Balikpapan, Pontianak dan Banjarmasin.
- g. Unit Pemasaran (UPMS) VII Makassar, yang meliputi daerah pemasaran di Makassar.
- h. Unit Pemasaran (UPMS) VIII Irian Jaya, yang meliputi daerah pemasaran di Jayapura (Irian Jaya) dan Ambon.

2. Sejarah Berdirinya PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang

Pencarian minyak dan gas bumi di Sumatera Selatan telah dimulai pada akhir abad ke-19 ketika BPM/Shell pada tahun 1898 menemukan minyak bumi di Formasi Muara Enim dan diproduksi pada tahun 1909.

Pada tahun 1912 di daerah Talang Akar Pendopo ditemukan sumber minyak bumi terbesar oleh Perusahaan NKPM, maka pada tahun 1925 didirikan kilang minyak di Sungai Gerong. Sedangkan perusahaan NIAM menguasai daerah minyak di Jambi, pengeboran pertama kali dilakukan pada tahun 1923 dengan kedalaman 850 meter.

Pada saat masuknya balatentara Jepang, kilang Sungai Gerong sempat dibakar oleh pihak Belanda agar Jepang tidak dapat menguasai aset pengolahan minyak bumi yang ada di Sumatera Selatan. Jepang pada saat itu memanfaatkan sumur-sumur dan fasilitas perminyakan di seluruh Indonesia, dikuras dengan paksa melebihi kapasitas produksi. Pada tahun 1942 Jepang sudah berhasil menguras minyak bumi Indonesia sebanyak 108 juta barrel minyak.

Setelah Jepang menyerah, para pejuang segera merebut fasilitas perminyakan dan mendirikan perusahaan minyak dengan nama Perusahaan Minyak Republik Indonesia (PERMIRI) yang tokoh pendirinya adalah Dr. Moh. Isa. Oleh karena luas wilayah, maka PERMIRI terbagi menjadi beberapa wilayah di dataran Sumatera Selatan dan Jambi. Selanjutnya seperti sejarah Pertamina, seluruh aset perminyakan dikuasai Indonesia dan Pertamina mulai membagi unit kerjanya termasuk di wilayah Sumatera Selatan menjadi Unit Eksplorasi dan Produksi II (UEP II), Unit Pengolahan III (UP III), dan Unit Pembekalan dan Pemasaran Dalam Negeri II (UPPDN II) dimana masing-masing dipimpin oleh seorang Pimpinan Unit.

Pada 20 Agustus 1985, agar tidak terjadi trialisme kepemimpinan ketiga unit dilebur menjadi satu dan dipimpin Pimpinan Umum Daerah Sumbagsel (PUD Sumbagsel). Pada 11 Mei 1994 sesuai dengan Keputusan Direksi No. KPTS-070/00000/94 dibubarkan PUD dan membentuk organisasi unit di daerah yang berada di bawah Direktorat Operasi, yaitu Operasi Unit Eksplorasi & Produksi, Operasi Unit Pengolahan, dan Operasi Unit Pemasaran. SK 070 tahun 1994 dianggap sebagai awal mula terbentuknya Unit Pemasaran.

PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang merupakan salah satu dari 8 Unit Pemasaran yang bertanggungjawab langsung kepada Direktorat Pemasaran dan Niaga PT. Pertamina (Persero) di Jakarta. Bisnis utamanya adalah menyalurkan dan memasarkan BBM, BBK, dan NBBM ke seluruh wilayah Sumatera Bagian Selatan yaitu meliputi Lampung, Sumatera Selatan, Jambi, Bengkulu, dan Bangka-Belitung.

3. Budaya Kerja dan Tujuan PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang.

a. Budaya Kerja

Menjadi unit terbaik yang mempunyai organisasi dan sumber daya manusia yang bersih, berdaya saing tinggi, efisien, fokus pada pelanggan, percaya diri, dan berwawasan lingkungan.

b. Tujuan

Sebagai entitas bisnis untuk menyalurkan dan memasarkan produk-produk Pertamina dalam rangka memperoleh laba dan sekaligus sebagai pengemban Misi Pemerintah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan BBM di Sumatera Selatan.

4. Visi dan Misi PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang.

Adapun Visi, Misi dan Tujuan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) pada PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang, yaitu :

a. Visi

Menjadi unit pemasaran yang unggul, maju, dan terpandang.

b. Misi

- 1) Mengelola pemasaran produk BBM, BBK dan NBBM wilayah pemasaran II Palembang
- 2) Meningkatkan Pelayanan kepada pelanggan dengan menjamin kuantitas, kualitas, dan kemudahan untuk mendapatkan produk, serta berwawasan lingkungan.
- 3) Peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia untuk mencapai kepuasan pelanggan.

5. Tata Nilai

a. Tata Nilai dalam Orientasi Jabatan

1) *Clean* (Bersih)

Dikelola secara profesional, menghindari benturan kepentingan, tidak menoleransi suap, menjunjung tinggi kepercayaan dan integritas. Berpedoman pada asas-asas tata kelola korporasi yang baik.

2) *Competitive* (Kompetitif)

Mampu berkompetensi dalam skala regional maupun internasional, mendorong pertumbuhan melalui investasi, membangun budaya sadar biaya dan menghargai kinerja.

3) *Confident* (Percaya Diri)

Berperan dalam pembangunan ekonomi nasional, menjadi pelopor dalam reformasi BUMN, dan membangun kebanggaan bangsa.

4) *Customer Focused* (Fokus pada Pelanggan)

Berorientasi pada kepentingan pelanggan, dan berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

5) *Commercial* (Komersial)

Menciptakan nilai tambah dengan orientasi komersial, mengambil keputusan berdasarkan prinsip-prinsip bisnis yang sehat.

6) *Capable* (Berkemampuan)

Dikelola oleh pemimpin dan pekerja yang profesional dan memiliki talenta dan penguasaan teknis tinggi, berkomitmen dalam membangun kemampuan riset dan pengembangan.

b. Tata Nilai dalam Orientasi Individu

1) *Focus*

Menghasilkan nilai tambah secara optimal dan berkelanjutan.

2) *Integrity*

Mampu mewujudkan komitmen dan program kerja untuk memajukan perusahaan.

3) *Visionary*

Berwawasan jauh ke depan untuk dapat tumbuh dan berkembang.

4) *Excellence*

Mempunyai daya saing tinggi.

5) *Mutual Respect*

Mitra kerja yang handal dan terpercaya, berorientasi pada kepentingan pelanggan dan berwawasan lingkungan.

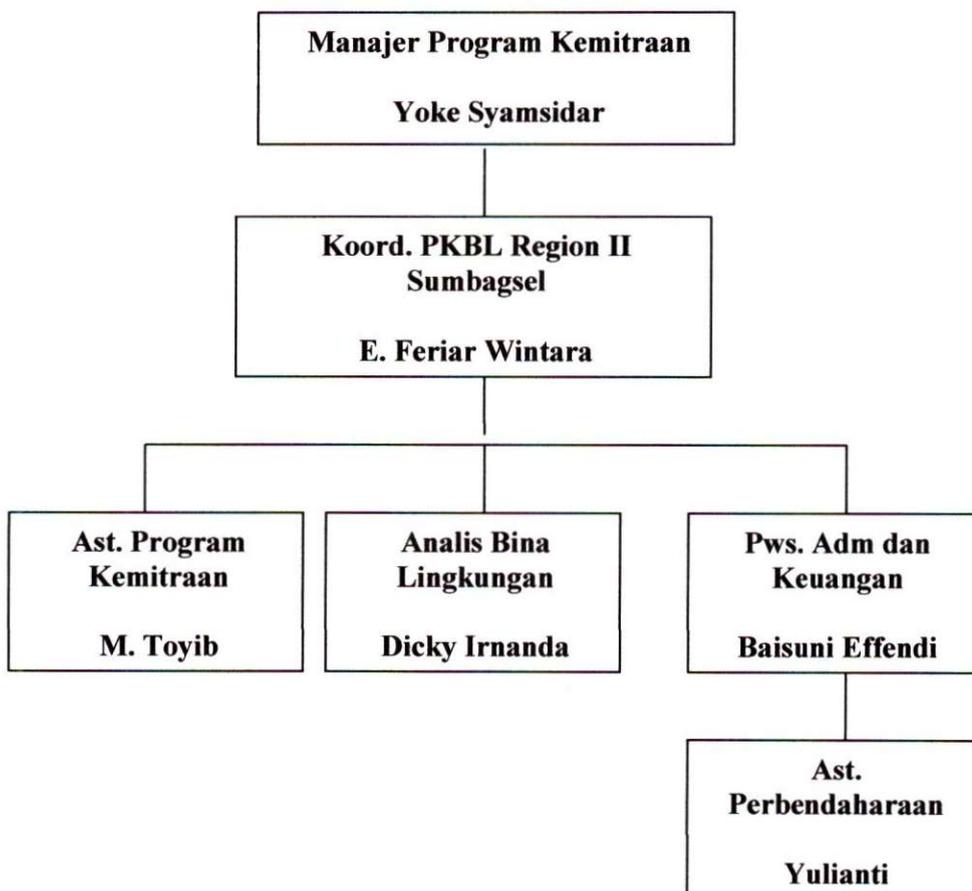
6. Stuktur Organisasi

Struktur organisasi dalam suatu perusahaan merupakan landasan yang sangat penting, perlu diperhatikan dan diutamakan. Struktur organisasi merupakan kerangka yang disusun sedemikian rupa sehingga kerangka tersebut menunjukkan hubungan-hubungan diantara bagian-bagian atau

bidang-bidang kerja, maupun orang-orang yang diletakkan pada kedudukan dan wewenangnya, serta tanggungjawabnya masing-masing untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam organisasi yang sesuai dengan batasan-batasan yang jelas dan tegas.

Adapun Struktur Organisasi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang adalah seperti pada gambar IV.1.

Gambar. IV.1
Struktur Organisasi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan
PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang.



Sumber : PKBL Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang, 2010

7. Pembagian Tugas

a. General Manajer

Tugas utama General Manager adalah mengelola seluruh kegiatan usaha pemasaran di wilayah kerja Pertamina Unit Pemasaran II SUMBAGSEL, sehingga suatu kebutuhan konsumen akan terpenuhi dengan tepat dan sesuai kuantitas, kualitas, waktu dan tempat yang secara optimal dan efisien serta dapat memelihara dan meningkatkan terhadap kepedulian di sebuah perusahaan di lingkungan, dengan menyelenggarakan suatu kegiatan terhadap pembekalan dan pemasaran yang berupa produk-produk Non BBM yakni termasuk Elpiji, Pelumas dan Gas.

Tugas pokok General Manager adalah sebagai berikut :

- 1) Menyelenggarakan layanan penunjang bagi kegiatan usaha pemasaran serta pembinaan lingkungan dan keselamatan kerja.
- 2) Menyelenggarakan suatu kegiatan terhadap usaha didalam penyediaan, pelayanan dan pemasaran Bahan Bakar Minyak dan Gas Bumi dengan tepat dan sesuai kuantitas, kualitas, waktu dan tempat yang secara optimal serta biaya yang ekonomis, antara lain :
 - a) Mengadakan pembinaan atas kegiatan terhadap pemasaran dari hasil produksi di sebuah perusahaan dengan meliputi penyediaan, penjualan pengangkutan, penyaluran, penimbunan dan pengawasan mutu produk yang dijual atau dipasarkan.

- b) Menginventarisasi suatu keuntungan (profit) terhadap perusahaan dalam melaksanakan suatu proses bisnis didalam pemenuhan kebutuhan BBM dan Non BBM.
 - c) Merumuskan suatu target dan sasaran terhadap perusahaan dengan berdasarkan Visi dan Misi yang telah ditetapkan atau ditentukan.
 - d) Melakukan analisis portofolio terhadap asset, dengan kekayaan dan kemampuan terhadap perusahaan dengan penambahan parameter potensi serta peluang bisnis dengan tujuan untuk mendapatkan prioritas sasaran terhadap perusahaan.
 - e) Melaksanakan control dan evaluasi dalam pencapaiannya terhadap minyak dan gas bumi yang secara aman, efektif dan efisien dengan target kinerja keuangan dan operasi yang telah di tetapkan atau di tentukan terhadap perusahaan supaya kerjasamanya tetap sejalan dan selaras dengan strategi di sebuah perusahaan.
- 3) Merencanakan pengawasan dan pemantauan terhadap pengelolaan keuangan dengan berdasarkan rencana kerja dan anggaran (investasi dan operasi) yang telah disetujui, antara lain:
- a) Merencanakan pelaksanaan fungsi pengawasan dan pengendalian keuangan yang sesuai dengan kebijakan perusahaan.

- b) Memberi persetujuan dengan tujuan untuk pengajuan panjar dan pertanggung jawaban terhadap kerja yang sesuai dengan otorisasi.
 - c) Memberikan persetujuan dengan tujuan untuk penanda tanganan akad kredit pada pemberian terhadap dana kepada pengusaha ekonomi yang lemah dengan melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).
- 4) Membina organisasi dan sumber daya manusia dalam rangka menunjang kegiatan perusahaan, antara lain :
- a) Memotivasi terhadap pekerja dengan tujuan untuk mencapai prestasi yang terbaik dan selalu melaksanakan prosedur secara benar didalam pelaksanaan tugas agar tidak terjadi penyimpangan.
 - b) Mengawasi, mengarahkan dan di dalam pelaksanaan audit SDM yang berkaitan dengan pelaksanaan organisasi dan formasi dan proses manajemen perubahan di lingkungan Unit Pemasaran II.
 - c) Mengawasi dan mengarahkan pembinaan karir, professional kepada jajaran organisasinya supaya setiap pekerja dengan memperoleh penghasilan yang tinggi.
 - d) Menandatangani surat keputusan yang berkaitan dengan penyusunan kelengkapan terhadap organisasi yang sangat diperlukan dalam pelaksanaan organisasi.

b. Manager Penjualan

Tugas utama Manager Penjualan adalah menyelenggarakan seluruh aktivitasnya terhadap pelayanan penjualan BBM dan Non BBM untuk wilayah Palembang sejak di mulai dengan pembuatan sampai estimasi terhadap kebutuhan penjualan dan kebutuhan perangkat atau fasilitas penjualan serta penyelesaian masalah akibat dari adanya aktivitas penjualan BBM dan Non BBM.

Tugas pokok Manajer Penjualan adalah sebagai berikut :

- 1) Merencanakan suatu penjualan BBM dan Non BBM yang terdapat di Pertamina UPMS II.
- 2) Melakukan aktivitas atau kegiatan terhadap pelayanan penjualan BBM dan Non BBM.
- 3) Mengawasi serta memantau suatu pelaksanaan pada seluruh kegiatan terhadap penjualan BBM dan Non BBM.
- 4) Mengorganisasikan seluruh perangkat fasilitas penjualan.

c. Manager SDM dan Umum

Tugas utama Manager SDM dan Umum adalah mengkoordinasi terhadap pengelolaan kegiatan Personalia, Kesehatan, IMPD (Informasi Manajemen Pusat Data), O dan T (Organisasi dan Tata laksana), HKP (Hukum dan Pertahanan) serta HUPNAS (Hubungan Pemerintah Masyarakat).

Tugas pokok Manager SDM dan Umum adalah sebagai berikut :

- 1) Dapat mengkoordinasi terhadap pelaksanaan suatu kegiatan personalia.
- 2) Dapat mengkoordinasi suatu kegiatan terhadap bantuan dengan perusahaan.
- 3) Dapat mengkoordinasi pembinaan terhadap hubungan baik dengan pemerintah maupun masyarakat..

d. Manager Keuangan

Tugas utama Keuangan adalah melaksanakan dan mengamankan suatu kebijakan dan rencana kerja terhadap keuangan unit dengan merencanakan, mengatur, memimpin, mengawasi dan bertanggung jawab atas pembinaan aparatur terhadap keuangan unit yang efektif, efisien dan ekonomis.

Tugas pokok Manajer Keuangan adalah sebagai berikut :

- 1) Melaksanakan dan menyiapkan rencana-rencana kerja dan anggaran terhadap bidang keuangan serta mengatur dan mengawasi pelaksanaannya.
- 2) Mengatur dan memimpin penerapan rencana kerja dan anggaran dengan di sertai pelaksanaannya.
- 3) Mengatur, memimpin dan mengawasi pengelolaan terhadap dokumen-dokumen keuangan yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku.
- 4) Mengatur tata cara penyusunan dan pengajuan terhadap rencana kerja dan anggaran dengan tujuan untuk dijalankan oleh semua dan anggaran

dari semua bidang serta memberikan rekomendasi pada manajer unit untuk pengesahannya yang lebih lanjut.

e. Manager Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL)

Tugas Utama Manager Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Korporat adalah menangani pengelolaan dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan fungsi PKBL Region yang berada di Kantor Pusat Perusahaan.

Tugas Utama Manager Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Region adalah mengelola PKBL di wilayah/ Region yang meliputi wilayah kerja Region I sampai dengan Region VII yang secara struktural berada dibawah organisasi fungsi PK Korporat. Dalam pelaksanaan kegiatan program kemitraan dan program bina lingkungan fungsi PKBL Region dapat berkoordinasi dengan General Unit Pengolahan, General Manager Region Pemasaran BBM Retail, Vice President Region PT. Pertamina Eksplorasi & Produksi (PT. PEP) dan General Manager Region PT. Pertamina geothermal energy (PT. PGE).

Tugas pokok Manager Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL) adalah sebagai berikut :

- 1) Melaksanakan dan menyiapkan rencana-rencana kerja dan anggaran terhadap bidang/bagian Program Kemitraan Bina Lingkungan serta mengatur dan mengawasi pelaksanaannya.
- 2) Menyiapkan Rencana Jangka Panjang periode 5 (lima) tahunan.

- 3) Menyiapkan Rencana Kerja dan Anggaran (RKA) tahunan yang terdiri dari anggaran operasi dan anggaran investasi serta penghapusan aktiva, yang terpisah dari RKA perusahaan.
- 4) Mengatur tata cara penyusunan dan pengajuan rencana kerja dan anggaran dengan tujuan untuk dijalankan oleh semua dan anggaran dari semua bidang dan memberikan rekomendasi pada manajer unit untuk pengesahannya lebih lanjut.
- 5) Mengatur, memimpin dan mengarahkan terhadap penerapan rencana kerja dan anggaran beserta pelaksanaannya.

Tujuan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) pada PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang adalah sebagai berikut :

- 1) Meningkatkan citra baik dan hubungan sinergi dengan masyarakat di lingkungan wilayah kegiatan PT. Pertamina (Persero).
- 2) Meningkatkan tingkat perekonomian atau pendapatan masyarakat di lingkungan wilayah kegiatan PT. Pertamina (Persero).
- 3) Meningkatkan penyerapan tenaga kerja dan kualitas sumber daya manusia (masyarakat) di lingkungan di luar kegiatan PT. Pertamina (Persero).

8. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dalam bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan pada PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang.

a. Tahap Perencanaans

PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang dalam menjalankan tanggung jawab social perusahaan (*corporate social responsibility*) diwujudkan dalam bentuk pelaksanaan program kemitraan dan bina lingkungan. Hal ini dimaksudkan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar, mengurangi pengangguran, ikut mengatasi berbagai masalah sosial dan sekaligus untuk menciptakan ketenangan usaha bagi perusahaan. Program kemitraan BUMN dengan usaha kecil dan program bina lingkungan dilaksanakan sesuai dengan Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor Per-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan. Keterlibatan PT. Pertamina sebagai perseroan terbuka dalam melaksanakan program kemitraan dan bina lingkungan dilandasi kepada kepedulian dan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*), artinya perusahaan selain dituntut dapat berkembang menghasilkan profit (keuntungan) juga harus dapat membantu dan mengembangkan masyarakat sekitar, sehingga melalui kegiatan ini akan dapat tercipta umpan balik (*feed back*) yang positif dari masyarakat di dalam mendukung kelancaran operasional perusahaan. Selain itu kegiatan ini

Manajer Bina Lingkungan sesuai otorisasi. Untuk bantuan bina lingkungan diatas otorisasi Manajer Bina Lingkungan, maka daftar rekapitulasi CPBBL akan diteruskan kepada Kepala PKBL untuk mendapat persetujuan.

- 6) Fungsi PKBL Korporat/ Region mengirim surat pemberitahuan persetujuan bantuan bina lingkungan. CPBBL menerima surat pemberitahuan persetujuan bantuan bina lingkungan.
- 7) Fungsi PKBL Region membuat permintaan *dropping* dana ke fungsi PKBL Korporat dengan memperhitungkan saldo dana yang tersedia.
- 8) Fungsi PKBL Korporat memproses permintaan *dropping* dana dan melakukan *dropping* dana kepada fungsi PKBL Region. Fungsi PKBL Korporat melakukan penyaluran bantuan bina lingkungan untuk CPBBL yang mengajukan proposalnya ke fungsi PKBL Korporat.
- 9) Fungsi PKBL Region menerima *dropping* dana dan melakukan penyaluran bantuan bina lingkungan. Fungsi PKBL Region membuat laporan realisasi penyaluran bantuan bina lingkungan yang berisi daftar bantuan bina lingkungan yang disalurkan ke PKBL Korporat.
- 10) Calon penerima bantuan bina lingkungan (CPBBL) menerima bantuan bina lingkungan.
- 11) Fungsi PKBL Korporat menerima realisasi penyaluran bantuan bina lingkungan yang berisi daftar bantuan bina lingkungan.

permodalan. Prosedur yang dilakukan untuk merealisasi dan menentukan layak atau tidaknya usulan bantuan dari masing-masing pihak dilakukan sebagai berikut:

- 1) Calon penerima bantuan bina lingkungan (CPBBL) mengajukan proposal permohonan bantuan bina lingkungan kepada fungsi PKBL Korporat/ Region.
- 2) Fungsi PKBL korporat/ Region menerima, meregistrasi dalam daftar proposal CPBBL dan melakukan seleksi proposal. Bila persyaratan belum lengkap, mengembalikannya pada CPBBL untuk dilengkapi atau bila tidak memenuhi persyaratan, membuat surat penolakan.
- 3) Fungsi PKBL Korporat/ Region melakukan survey lapangan dan identifikasi terhadap proposal secara selektif dalam rangka meneliti kebenaran dokumen. Hasil survey dituangkan dalam formulir kelayakan penerima bantuan bina lingkungan. Bila proposal tidak layak bantu, membuat surat penolakan.
- 4) Fungsi PKBL Region membuat daftar rekapitulasi CPBBL untuk ditandatangani Koordinator PKBL Region sesuai otorisasi. Untuk bantuan bina lingkungan diatas otorisasi Koordinator PKBL Region, maka daftar rekapitulasi CPBBL Region akan diteruskan kepada Manajer Bina Lingkungan atau kepada Kepala PKBL untuk ditandatangani sesuai otorisasi.
- 5) Fungsi PKBL Korporat dalam hal ini adalah fungsi Bina Lingkungan Korporat membuat daftar rekapitulasi CPBBL untuk ditandatangani

Sebagai ilustrasi disajikan data rekapitulasi penyaluran dana Program Kemitraan dan Bina Lingkungan pada Tabel IV. 1 berikut ini:

Tabel IV.1
Rekapitulasi Penyaluran Dana Program Kemitraan dan Bina Lingkungan

No	Kabupaten/Kota	Jumlah Dana (Rp)			Ket.
		2006	2007	2008	
1	Bandar Lampung	549.389.812	575.786.000	180.000.000	
2	Palembang	-	870.766.539	2.545.645.882	
3	Lahat	-	15.000.000	78.600.000	
4	Ogan Komering Ulu	-	15.000.000	60.000.000	
5	Muara Enim	-	-	10.000.000	
6	Lubuk Linggau	-	15.000.00	67.500.000	
7	Bangka Belitung	-	-	199.500.000	
8	Bengkulu	-	-	170.000.000	
J u m l a h		549.389.812	1.491.552.539	3.311.245.822	

Sumber: PKBL PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang, 2010

Berdasarkan Tabel IV.1 terlihat secara jelas bahwa program tanggung jawab sosial PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembangs mulai tahun 2006, tahun 2007 dan tahun 2008 mengalami peningkatan baik dari sisi jumlah penerima bantuan maupun jumlah nilai bantuan yang diberikan. Bila ditinjau dari sisi objek penerima bantuan terlihat peningkatan dari tahun 2006 sebanyak 1 Kabupaten menjadi 5 Kabupaten pada tahun 2007 dan 8 Kabupaten pada tahun 2008. Ini berarti terjadi peningkatan sebesar 400% pada tahun 2007 dan 60% pada tahun 2008. Namun, bila ditinjau dari sisi jumlah bantuan yang diberikan maka kenaikan yang terjadi adalah sebesar Rp. 942.162.727,00 atau sebesar 171,49% pada tahun 2007 dan sebesar Rp.1.819.693.283,00 atau sebesar 121,99% pada tahun 2008. Jadi kenaikan dana bantuan secara

rata-rata dari tahun 2006 hingga 2008 sebesar 146.74%. Kondisi ini mengilustrasikan bahwa PT. Pertamina (Persero) serius di dalam mengemban tanggung jawab yang diamanatkan oleh pemerintah kepada masyarakat dan lingkungan.

c. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang melakukan evaluasi terhadap efisiensi, efektivitas dan optimasi dana bantuan yang diberikan kepada PKBL. Evaluasi dilakukan secara langsung terhadap hasil pengembalian pinjaman PKBL.

Berdasarkan Tabel I.1 terdahulu, diketahui bahwa selama periode tahun 2006 hingga 2008 tercatat secara rata-rata, sebanyak 172 mitra binaan yang macet dalam mengembalikan pinjaman. Namun bila dilihat dari jumlah mitra binaan yang menunggak, terjadi peningkatan sebesar 51,76 % selama tahun 2006/ 2007 dan 134 % selama tahun 2007/ 2008.

Kondisi ini mengisyaratkan bahwa evaluasi yang dilakukan oleh PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang terhadap dana PKBL belum berfungsi secara optimal. Besarnya serapan dana yang tidak dapat dikembalikan/ macet merupakan faktor yang rumit dan harus mendapatkan perhatian yang serius untuk memecahkannya dan mencari solusi yang efektif sehingga PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang mampu berperan secara objektif dalam mendukung pembangunan bangsa dan negara.

d. Tahap Pelaporan

Tahap pelaporan merupakan tahap akhir dari rangkaian kegiatan bantuan dana yang diberikan kepada mitra binaan dan lingkungan. Kegiatan pelaporan yang dilakukan oleh PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang didasarkan pada Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 dan atau perubahannya. Komposisi laporan pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL) disusun dalam 2 bentuk terdiri dari laporan keuangan yang disusun berdasarkan standar pelaporan PKBL dan laporan manajemen yang disesuaikan dengan kebutuhan.

Dalam kegiatan pelaporan ini prosedur yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

- 1) Fungsi Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL) harus menyusun laporan keuangan yang terpisah dari laporan keuangan perusahaan.
- 2) Pelaporan PKBL dilaksanakan secara rutin sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 3) Direksi perusahaan wajib menyampaikan pelaksanaan program kemitraan dan program bina lingkungan kepada rapat umum pemegang saham (RUPS) dengan tembusan kepada Dewan Komisaris Perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut terlihat secara jelas bahwa pelaporan yang dilakukan oleh PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang terhadap PKBK secara sistematis didasarkan pada Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 atau perubahannya.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan hasil penelitian ini difokuskan pada kegiatan PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang dalam Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. Indikator yang digunakan untuk menilai efisiensi, efektifitas dan optimasi kegiatan penyaluran dana PKBL sebagai berikut:

1. Tahap Perencanaan

Perencanaan terdiri dari tiga langkah utama yaitu:

- a. *Awareness Building* merupakan langkah awal untuk membangun kesadaran mengenai arti penting *CSR* dan komitmen manajemen.

Langkah awal yang dilakukan oleh PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang dalam melakukan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan adalah melakukan pemahaman kepada pihak internal manajemen pertamina tentang tugas pokok dan fungsi pertamina serta tanggung jawabnya kepada masyarakat terhadap kemungkinan timbulnya dampak negatif akibat kegiatan yang telah dilakukan. Pemahaman kepada pihak internal manajemen tersebut diwujudkan dalam bentuk kegiatan pendidikan dan latihan internal tentang arti

penting dan manfaat dari tanggung jawab sosial PT. Pertamina sehingga kebijakan yang diambil dapat terlaksana secara berkelanjutan.

- b. *CSR Assesment* merupakan upaya untuk memetakan kondisi perusahaan dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapatkan prioritas perhatian dan langkah-langkah yang tepat untuk membangun struktur perusahaan yang kondusif bagi penerapan CSR.

Upaya yang dilakukan oleh PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang adalah mengkaji kondisi internal yang ditinjau dari sisi laba/ keuntungan yang dihasilkan karena sesuai Peraturan Menteri BUMN Nomor: Per-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 dan atau perubahannya, pada Bab III, Pasal 9 ayat 1 dan 2, dalam melaksanakan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, harus menyisihkan dana maksimal sebesar 2% dari laba setelah pajak. Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh pihak internal manajemen didapat informasi bahwa PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang memenuhi syarat untuk melakukan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. Fokus perhatian dari kegiatan tersebut antara lain dari aspek kesehatan lingkungan, pendidikan dan penyediaan sarana ibadah.

- c. *CSR Manual*. Hasil Assesment merupakan dasar untuk penyusunan manual atau pedoman implementasi CSR. Upaya yang mesti dilakukan adalah melalui Benchmarking. Menggali dari referensi atau bagi perusahaan yang menginginkan langkah instant, penyusunan manual

ini dapat dilakukan dengan meminta bantuan tenaga ahli independent dari luar perusahaan.

Dalam program *CSR Manual* bagi pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, PT Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang telah melakukan kajian teoretis dan praktis melalui study banding ke perusahaan sejenis sehingga kebijakan yang dilakukan oleh PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang sesuai dengan amanat Peraturan Menteri BUMN Nomor: Per-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 dan atau perubahannya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapat informasi bahwa pihak PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang telah memiliki komitmen yang cukup baik dalam melakukan tanggung jawab sosialnya. Hal itu dapat dilihat pada Tabel IV. 1 yang menggambarkan peningkatan secara signifikan dari jumlah mitra binaan maupun alokasi dana yang dikucurkan untuk PKBL tersebut. Ditinjau dari aspek manajemen, pihak PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang telah melaksanakan secara keseluruhan program tanggung jawab sosial. Semua ini sesuai dengan konsep teoretis yang dijadikan dasar untuk evaluasi tahap perencanaan.

2. Tahap Implementasi

Tahapan ini terdiri dari tiga langkah utama yaitu: sosialisasi, pelaksanaan, dan internaliasi. Program sosialisasi tentang tanggung jawab PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang terhadap

masyarakat dan lingkungan dilakukan dalam bentuk diskusi dan seminar kepada masyarakat dan pihak yang berkepentingan dengan kegiatan tersebut. Diskusi dan seminar tersebut dilakukan sebagai alat untuk memberikan arahan dan pemahaman yang benar tentang tanggung jawab sosial PT, Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang, kemudian langkah pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pada dasarnya harus sesuai dengan pedoman yang ada, yaitu melakukan kegiatan yang erat kaitannya dengan program tanggung jawab sosial, antara lain merealisasikan dana yang diusulkan oleh calon mitra binaan sesuai dengan besaran dan kegiatan yang diajukan, sedangkan internalisasi mencakup upaya untuk memperkenalkan CSR di dalam seluruh proses bisnis perusahaan. Kegiatan internalisasi merupakan bagian integral dan tidak terpisahkan dari tanggung jawab sosial PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang yang diwujudkan dalam bentuk pembinaan berkelanjutan pada seluruh staf dan karyawan PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang, sehingga Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang telah dilakukan akan terus berlanjut.

Keseluruhan perencanaan dalam program kemitraan dan bina lingkungan memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Meningkatkan citra baik dan hubungan sinergi dengan masyarakat di lingkungan wilayah kegiatan PT. Pertamina (Persero).
- b. Meningkatkan tingkat perekonomian atau pendapatan masyarakat di lingkungan wilayah kegiatan PT. Pertamina (Persero).

- c. Meningkatkan penyerapan tenaga kerja dan kualitas sumber daya manusia (masyarakat) di lingkungan di luar kegiatan PT. Pertamina (Persero).

Bila dilihat dari proses penyaluran PKBL kepada mitra binaan dan lingkungan, secara prosedural dan sistemik telah sesuai dengan kerangka teoretis yang dijadikan landasan sebagai indikator analisis. Namun demikian fenomena yang menyebabkan terjadinya kemacetan pada saat pengembalian dana mitra binaan disebabkan karena masalah teknis dilapangan. Masalah teknis tersebut antara lain adalah timbulnya kesulitan pada saat penagihan kepada mitra binaan atas dana yang telah disalurkan. Alasan yang timbul biasanya debitur (mitra binaan) tidak berada ditempat saat penagihan.

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi yaitu tahap yang perlu dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu untuk mengukur seberapa besar efektifitas penerapan CSR. Evaluasi bukan tindakan untuk mencari-cari kesalahan atau kambing hitam, justru dilakukan untuk pengambilan keputusan. Evaluasi juga biasanya dilakukan dengan meminta pihak independent untuk melakukan audit implementasi atas praktik CSR yang telah dilakukan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang secara terprogram dan secara periodik melakukan evaluasi terhadap perkembangan jumlah mitra binaan dan jumlah dana yang disalurkan dalam menunjang Program Kemitraan

dan Bina Lingkungan. Hasil penelitian ini juga menginformasikan bahwa dana yang dianggarkan kepada mitra binaan telah terserap secara efektif.

Kondisi ini menggambarkan bahwa tahap evaluasi yang dilakukan PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang terhadap Program Kemitraan dan Bina Lingkungan telah dilaksanakan dengan baik sesuai prosedur dan sistem yang diterapkan baik berdasarkan konsep teoretis maupun peraturan terkait, hanya saja pada tahap evaluasi sering terjadi permasalahan teknis yang tidak dapat dikontrol /dihindari seperti timbulnya kesulitan pada saat penagihan kepada mitra binaan atas dana yang telah disalurkan. Alasan yang timbul biasanya debitur (mitra binaan) tidak berada ditempat saat penagihan, sehingga walaupun telah dilakukan evaluasi masih terjadi kekeliruan, yang berakibat terjadinya kemacetan pada saat pengembalian dana pinjaman oleh mitra binaan.

4. Tahap Pelaporan

Tahap pelaporan diperlukan dalam rangka membangun sistem informasi, baik untuk keperluan proses pengambilan keputusan maupun keperluan keterbukaan informasi material yang relevan mengenai perusahaan.

Tahap pelaporan yang dilakukan oleh PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang sebagai berikut:

- a. Pengungkapan dalam surat kepada pemegang saham baik laporan tahunan atau bentuk laporan lainnya.

Pengungkapan dalam surat kepada pemegang saham baik laporan tahunan atau bentuk laporan lainnya ini berisikan laporan aktivitas pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan selama kurun waktu tertentu tentang situasi dan kondisi program kemitraan dan bina lingkungan.

b. Pengungkapan dalam catatan atas laporan keuangan.

Pengungkapan dalam catatan atas laporan keuangan disajikan sehubungan dengan kegiatan yang tidak dapat dilaporkan dalam laporan keuangan yang bersifat material.

c. Dibuat dalam perkiraan tambahan misalnya melalui adanya perkiraan (akun) penyisihan kerusakan lokasi biaya, biaya pemeliharaan lingkungan, dan sebagainya.

Perkiraan (*account*) tersebut biasanya timbul tak terduga atau tanpa sengaja terhadap kegiatan yang berhubungan dengan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, misalnya: dalam alokasi dana yang telah direalisasikan kepada mitra binaan, selama satu periode akuntansi terjadi kegiatan penghijauan, maka besarnya dana yang dikeluarkan dialokasikan ke perkiraan Biaya pemeliharaan lingkungan dalam perkiraan tersendiri.

Tahap pelaporan ini merupakan tahap akhir dari kegiatan penyaluran Dana Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang telah menyusun laporan berdasarkan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara

Nomor Per-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 dan atau perubahannya. Dalam peraturan tersebut tertuang semua komponen laporan yang harus disajikan dan sesuai dengan kerangka teoretis yang dijadikan dasar untuk melakukan analisis dan evaluasi. Namun Kendala yang timbul pada tahap ini adalah kendala teknis dilapangan yaitu sering terjadi keterlambatan penyampaian laporan kegiatan tersebut.

Kondisi seperti ini diakibatkan karena faktor internal manajemen dan eksternal berupa lambannya pembayaran angsuran pinjaman oleh mitra binaan yang telah jatuh tempo, sementara pihak manajemen harus melaporkan semua kegiatan secara akurat dan tepat waktu.

Berdasarkan uraian tersebut disajikan secara diagramatis analisis dan evaluasi yang telah dilakukan terhadap Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dalam bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan oleh PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang pada Tabel IV.2 sebagai berikut: (Dapat dilihat pada halaman selanjutnya)

Tabel IV. 2
Analisis dan Evaluasi Pelaksanaa *Corporate Social Responsibility*
dalam bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan
oleh PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II
Palembang

No.	Tahapan	Konsep <i>Corporate Social Responsibility</i>		Rekomendasi
		Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor Per-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 dan atau perubahannya	Analisis dan Evaluasi	
1.	Perencanaan	Terlaksana	Terlaksana	Perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut untuk mengantisipasi kebijakan teknis yang tidak sesuai dengan prosedur dan sistem yang dijadikan acuan
2.	Implementasi	Terlaksana	Terlaksana	Perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut untuk mengantisipasi kebijakan teknis yang tidak sesuai dengan prosedur dan sistem yang dijadikan acuan
3.	Evaluasi	Terlaksana	Terlaksana	Perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut untuk mengantisipasi kebijakan teknis yang tidak sesuai dengan prosedur dan sistem yang dijadikan acuan

4.	Pelaporan	Terlaksana	Terlaksana	Perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut untuk mengantisipasi kebijakan teknis yang tidak sesuai dengan prosedur dan system yang dijadikan acuan
----	-----------	------------	------------	---

Sumber: Diolah dari data penelitian, 2010

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan mengenai Evaluasi Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dalam bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan pada PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang, maka kesimpulan dari penelitian ini yaitu pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang dalam bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan telah dilaksanakan dengan baik sesuai prosedur dan sistem yang diterapkan, baik berdasarkan konsep teoretis maupun peraturan terkait, hanya saja pada tahap evaluasi sering terjadi permasalahan teknis yang tidak dapat dikontrol /dihindari baik dari sisi internal maupun eksternal manajemen. Masalah teknis tersebut adalah timbulnya kesulitan pada saat penagihan kepada mitra binaan atas dana yang telah disalurkan. Alasan yang timbul biasanya debitur (mitra binaan) tidak berada ditempat saat penagihan, sehingga walaupun telah dilakukan evaluasi masih terjadi kekeliruan yang berakibat terjadinya kemacetan pada saat pengembalian dana pinjaman oleh mitra binaan.

B. SARAN

Setelah melakukan analisis mengenai Evaluasi Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dalam bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan pada PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang, dan berdasarkan kesimpulan dari penulis, maka dalam kesempatan ini penulis memberikan saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang yaitu sebaiknya PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang perlu melakukan kaji ulang terhadap persoalan teknis yang tidak dapat dikontrol (*uncontrolable*), baik dari sisi internal maupun eksternal manajemen berkaitan dengan penyaluran dana Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. Selain itu, sebaiknya PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang dalam memberikan pinjaman kepada Mitra Binaan perlu dilakukan survey secara mendalam dan terprogram yang berhubungan dengan pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, sehingga hasil yang diperoleh dapat berdayaguna dan berhasil, sehingga program yang dilaksanakan mampu memberikan hasil yang optimal bagi masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed Belkaoui. 2006. **Teori Akuntansi**, Buku 1, Edisi Kelima. Salemba Empat, Jakarta.
- Bakti. 2007. **Dokumen Aplikasi Pertamina Quality Award (PQA) 2007**, PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang, Palembang.
- Detti Arisa Apriyani. 2007. **Evaluasi Penerapan Akuntansi Sosial Ekonomi dalam Bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan pada PT. Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk Tanjung Enim**. FE-UMP, Skripsi tidak dipublikasikan.
- Hendrik Budi Untung. 2008. **Corporate Social Responsibility**, Sinar Grafika, Jakarta.
- Lin, Nan Alih Bahasa W. Gulo. 2004. **Metodologi Penelitian**, PT.Grasindo, Jakarta.
- Mudrajad Kuncoro. 2003. **Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi**, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Nur Indrianto dan Bambang Supomo. 2004. **Metodelogi Penelitian Untuk Akuntansi dan Manajemen**, Edisi Kedua, BPFE, Yogyakarta.
- PT. Pertamina (Persero). 2008. **Pedoman Pengelolaan PKBL No. A-001/H00600/2008**, PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang, Buku tidak dipublikasikan.
- PT. Pertamina (Persero). 2009. **Corporate Social Responsibility**, Warta Redaksi, Nomor 14/Tahun XLV Juni, hal 7-11.
- Sofyan Syafri Harahap. 2007. **Teori Akuntansi**, Edisi Revisi Sembilan, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Sugiyono. 2004. **Metodelogi Penelitian Bisnis**, Cetakan Ketujuh, CV.Alfabeta, Bandung.
- Yusuf Wibisono. 2007. **Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)**, Fascho Publishing, Gresik.

Palembang, 26 Januari 2010

No. 016 /I20720/2010-S8

Lampiran :-

Perihal : **Izin Melaksanakan Penelitian**

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Palembang

di -

Palembang

Dengan hormat,

Merujuk surat Saudara No.390/G-17/FE-UMP//2010 tanggal 07 Januari 2010, perihal tersebut di atas, dengan ini disampaikan bahwa :

Nama : Yessi Yuliani

NIM : 22 2006 093

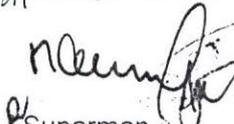
Jurusan : Akuntansi

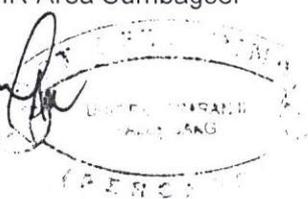
Dapat diterima untuk melaksanakan penelitian di PT Pertamina (Persero) Pemasaran Area Sumbagsel.

Selama melaksanakan pengambilan data, Mahasiswa yang bersangkutan tidak mendapat bantuan angkutan, akomodasi dan bantuan uang makan, serta dapat melaksanakan secara penuh tanpa diganggu oleh kegiatan akademis.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Manager HR Area Sumbagsel


P Suparman





بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KARTU AKTIVITAS BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : YESSI YULIANI	PEMBIMBING M. TAUFIQ SYAMSUDDIN, SE.,Ak.,M.Si
NIRM/NIM : 22 2006 093	KETUA :
JURUSAN : AKUNTANSI	ANGGOTA :
JUDUL SKRIPSI : STUDI PENERAPAN DAN PELAPORAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM BENTUK PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA LINGKUNGAN PADA PT. PERTAMINA (PERSERO) UNIT PEMASARAN II PALEMBANG	

NO.	TGL/BL/TH KONSULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING		KETERANGAN
			KETUA	ANGGOTA	
1	1/2-10	BAB I - II - III			Pertama
2	3/2-10	BAB I - II - III			Kedua
3	6/2-10	BAB IV			Ketiga
4	1/2-10	BAB IV			Pertama
5	11/2-10	BAB IV			Pertama
6	13/2-10	BAB IV			Pertama
7	15/2-10	BAB IV			Kedua
8	19/2-10	BAB IV			Kedua
9					
10	14/2-10	BAB V			Pertama
11					
12	18/2-10	BAB I - V			Kedua
13					
14					
15					
16					

CATATAN

Mahasiswa diberikan waktu menyelesaikan Skripsi, 6 bulan terhitung sejak tanggal ditetapkan

Di keluarkan di : Palembang
Pada tanggal : 18 / 02 / 2010

a.n. Dekan
Ketua Jurusan,

Drs. Sunardi, SE.,M.Si

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI**



JURUSAN

JURUSAN MANAJEMEN (S1)

JURUSAN AKUNTANSI (S1)

MANAJEMEN PEMASARAN (D III)

IZIN PENYELENGGARAAN

: No 3450/D/T/2005

: No 3449/D/T/2005

: No 1611/D/T/2005

AKREDITASI

No 015/BAN-PT/Ak-VII/S1/VII/2003 (B)

No 020/BAN-PT/Ak-IXI/S1/X/2005 (B)

No 003/BAN-PT/Ak-IV/Dpi-III/V/2004 (B)

Alamat : Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu ☎(0711) 511488 Facsimile 518018 Palembang 30263



LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Hari / Tanggal : Senin, 01 Maret 2010
 Waktu : 08.00 WIB
 Nama : **YESSI YULIANI**
 NIM : 22 2006 093
 Jurusan : Akuntansi
 Mata Kuliah Pokok : Teori Akuntansi
 Judul Skripsi : **EVALUASI PELAKSANAAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM BENTUK PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA LINGKUNGAN PADA PT. PERTAMINA (PERSERO) UNIT PEMASARAN II PALEMBANG**

**TELAH DIPERBAIKI DAN DISETUJUI OLEH TIM PENGUJI DAN PEMBIMBING
SKRIPSI DAN DIPERKENANKAN UNTUK MENGIKUTI WISUDA**

NAMA DOSEN	JABATAN	TGL PERSETUJUAN	TANDA TANGAN
M. Taufiq Syamsuddin, SE. Ak. M.Si	Pembimbing	03-00	
M. Taufiq Syamsuddin, SE. Ak. M.Si	Ketua Penguji	03-10	
Rosalina Ghazali, SE. Ak. M.Si	Anggota Penguji I	5 Maret 2010	
M. Orba Kurniawan, SE. SH	Anggota Penguji II	03/03 2010	

Palembang, Maret 2010
 A.n Dekan
 Ketua Jurusan Akuntansi



Drs. Sunardi, SE. M.Si.



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KARTU AKTIVITAS BIMBINGAN USULAN PENELITIAN

NAMA MAHASISWA : YESSI YULIANI

PEMBIMBING

NIRM/NIM : 22.2006.093

M. Taufiq Syamsuddin, S.E., Ak., M.Si

M. KULIAH PILIHAN : Teori Akuntansi

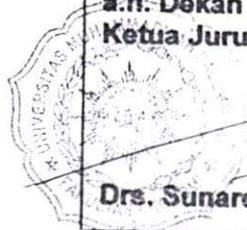
JUDUL UP : Studi Penerapan dan Pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada PT. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran II Palembang

No.	TANGGAL KONSULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING	KETERANGAN
1.	03 November 2009	Y + KAJIAN BELAKANG		Pendahuluan
2.	16 November 2009	Y + JUDUL		Referensi
3.		. Mekanisme!		
4.	30 November 2009	Y + LO + Mekanisme		Ku
5.				
6.	03 Desember 2009	Y + Mekanisme HPT		Referensi
7.				
8.	16 Desember 2009	Y + Analisis + HPT		Ku -> Semangat
9.				
10.				
11.				
12.				
13.				
14.				
15.				
16.				

Catatan :

Dikeluarkan di : Palembang
Pada tanggal : 16 Desember 2009

a.n. Dekan
Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. Sunardi, SE.MSi

**DAFTAR HADIR SEMINAR USULAN PENELITIAN
MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI
PERIODE 2009 – 2010**

Nama : Yessi Yuliani
 Nim : 222006093
 Jurusan : Akuntansi
 Hari / Tanggal : Senin / 28 Desember 2009
 Pukul : 15.30 Wib
 Judul : *STUDI PENERAPAN DAN PELAPORAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA PT. PERTAMINA (PERSERO) UNIT PEMASARAN PALEMBANG*

NO	NAMA	NIM	TANDA TANGAN
1	Hellen Melinda Sari	22.2006.017	1 <i>Hellen</i>
2	Maya Libiany	22.2006.088	2 <i>Maya</i>
3	Lika Meiranti	22.2006.112	3 <i>Lika</i>
4	Dion Permata Sari	22.2006.020	4 <i>Dion</i>
5	MAMA OKTA Puri	22.2006.047	5 <i>Mama</i>
6	Budi Sutardi Janto	22.2006.129	6 <i>Budi</i>
7	Rati Kurnia	22.2006.188	7 <i>Rati</i>
8	Tri Julius W.B	22.2006.121	8 <i>Tri</i>
9	Beny Gurawan	22.2006.194	9 <i>Beny</i>
10	Akbaro Dahis	22.2006.140	10 <i>Akbar</i>
11	M. Aota Pruly	22.2006.126	11 <i>M. Aota</i>
12	Heri Ade Saputra	22.2006.202	12 <i>Heri</i>
13	Nurul Hutmami Ningsih	22.2006.159	13 <i>Nurul</i>
14			14
15			15

ditetapkan : di Palembang
 tanggal : 28 Desember 2009

a.n. Dekan
 Jurusan Akuntansi,



[Signature]
 Drs. Sunardi, S.E., M.Si

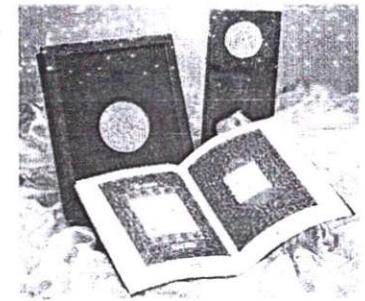


SERTIFIKAT
281/J-10/FE-UMP/SHA/II/2010

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

DIBERIKAN KEPADA :

NAMA : YESSI YULIANI
NIM : 222006093
JURUSAN : Akuntansi



Yang dinyatakan **LULUS** Membaca dan Hafalan Al - Qur'an
di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang
Dengan Predikat **MEMUASKAN**

Palembang, 13 Februari 2010

an. Dekan
Pembantu Dekan IV

Unggul dan Islami



Dr. Antoni

CERTIFICATE OF ACHIEVEMENT

This is to certify that

YESSI YULIANI

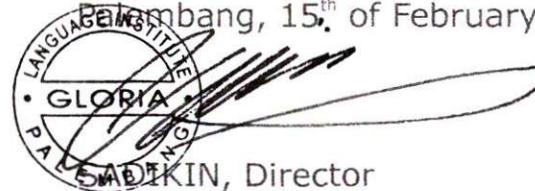
Attained the following scores on the

TOEFL Prediction Test

Listening Comprehension	: 41
Structure and Written Expression	: 42
Vocabulary and Reading Comprehension	: 41
Overall Score	: 413

Administered on 13th of February 2010

Palembang, 15th of February 2010



SADIKIN, Director
Gloria's TOEFL Preparation Test

This TOEFL Prediction Test result will be valid only for 6 (six) months after the testing date above



PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
STATUS DISAMAKAN / TERAKREDITASI

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

P i g a m

NO. 070 /H-4/UMP/VIII/2009

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Palembang
Menerangkan bahwa :

Nama

YESSI YULIANI

Tempat/Tgl.Lahir

PALEMBANG, 22 JULI 1988

Nomor Pokok Mahasiswa

22 2006 093

Fakultas/Jurusan

EKONOMI - AKUNTANSI

Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata Angkatan ke - 32 yang dilaksanakan dari tanggal 14 Juli sampai dengan 20 Agustus 2009 bertempat di

Desa/Kelurahan

NUNGGAL SARI

Kecamatan

Pulau Rimau

Kabupaten

Banyuasin

Dengan Nilai

A



Mengetahui
Rektor,



Dr. Idris, SE. M.Si



Palembang, 28 Agustus 2009
Kepala Lembaga Penelitian dan
Pengabdian Pada Masyarakat

Drs. Erwin Bakti, SE. M.Si

BIODATA PENULIS

Nama : Yessi Yuliani

Tempat/ Tanggal Lahir : Palembang, 22 Juli 1988

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Jln. D.I Panjaitan Perumahan Alam Semesta No.28
Rt. 002 Rw. 001 Plaju Palembang.

Telepon : 085267222522

Nama Orang Tua :

1. Bapak : Rusman

2. Ibu : Betty Augenstein

Pekerjaan Orang Tua :

1. Bapak : Pensiun PNS DINKES Sumatera Selatan

2. Ibu : Ibu Rumah Tangga

Alamat Orang Tua : Jln. D.I Panjaitan Perumahan Alam Semesta No.28
Rt. 002 Rw. 001 Plaju Palembang.

Palembang, Februari 2010

Penulis,

Yessi Yuliani