

**EVALUASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
PT INDONESIA POWER UBP SURALAYA
BERDASARKAN *STANDARD INTERNATIONAL CSR ISO 26000***



Naskah Publikasi

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Disusun Oleh :

Arista Aprilia

10321054

Mutia Dewi, S.Sos.,M.I.Kom.

NIDN : 0520028302

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2014

Naskah Publikasi

**Evaluasi Program *Corporate Social Responsibility*
PT Indonesia Power UBP Suralaya
Berdasarkan *Standard International CSR ISO 26000***

Disusun Oleh

Arista Aprilia

10321054

Telah disahkan dosen pembimbing skripsi pada..... 29 DEC 2014

Dosen Pembimbing Skripsi


Mutia Dewi, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN : 0520028302

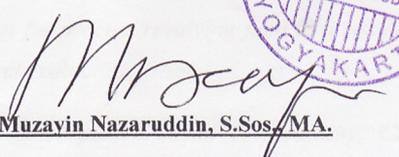
Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia




Muzayin Nazaruddin, S.Sos., MA.

NIDN : 0516087901

**EVALUASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
PT INDONESIA POWER UBP SURALAYA
BERDASARKAN *STANDARD INTERNATIONAL CSR ISO 26000***

Arista Aprilia

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII

Menyelesaikan studi pada tahun 2014

Mutia Dewi,S.Sos.,M.I.Kom.

Staf Pengajar Program Ilmu Komunikasi FPSB UII

Abstract

This research, is aimed to describe Corporate Social Responsibility program of PT Indonesia Power UBP Suralaya towards the process of program evaluation process and supporting factor and barrier factor CSR event implementation. This research using Public Relations Management Theory, Results Chains and evaluation study regarding based on CSR ISO 26000 Guidelines. This research generals first findings, CSR ISO 26000 Guidelines that PT Indonesia Power UBP Suralaya company generally and is researched that has done evaluation CSR event which tends to Standard International CSR ISO 26000 about steps of seventh core identification for knowing what is the seventh core subject that listed in ISO 26000 that has been run by the company or have not yet. And the result is that the company indeed has evaluation process and well-executed refer to indicators ISO 26000. But, some indicators which has not done well. Some indicators must fixed from that companies. Second, the supporting factors are the presence of the funds which, by the company IP to all entrepreneurs Mitra Binaan and make the event for promote the findings of processed products at the exhibition development partners. Barrier factors is maximal inhibitory factor is not yet for process revolving fund to a company, nothing team to performing monitoring and evaluation process .

Keywords : Evaluation of corporate social responsibility, CSR ISO 26000, PT Indonesia Power UBP SURALAYA.

PENDAHULUAN

Pada setiap perusahaan, terlebih lagi perusahaan besar yang berada di tengah-tengah lingkungan padat penduduk tentunya akan menuai berbagai permasalahan yang dialami. Baik itu yang dialami oleh pihak eksternal maupun pihak internal sendiri. Permasalahan tersebut tentunya timbul dari adanya pencemaran limbah perusahaan yang secara tidak langsung memberikan dampak negatif bagi masyarakat seperti adanya dampak pencemaran lingkungan dan polusi udara. Selain adanya dampak pencemaran, tentu dampak sosialpun dirasakan oleh masyarakat.

Dengan adanya permasalahan seperti itu, perusahaan Indonesia Power UBP Suralaya harus dapat membangun hubungan baik dan harmonis kepada masyarakat lingkungan perusahaan. Hal ini diperuntukkan agar adanya rasa nyaman bagi masyarakat dan perusahaan atas operasionalnya perusahaan. Hal ini dapat dibangun dengan memberikan program-program sosial yang mana diberikan sebagai bentuk rasa kepedulian perusahaan kepada masyarakat, seperti halnya Indonesia Power memberikan program pemberdayaan masyarakat yakni kelompok Mitra Binaan yang difokuskan pada kelompok industry usaha rumahan dengan inti kegiatan yaitu proses perguliran dana dan pameran.

Indonesia Power UBP Suralaya dalam hal ini sangat melihat secara keseluruhan bahwa masyarakat sekitar membuka usaha disekitar objek wisata pantai yang terdapat tidak jauh dari perusahaan. Hal ini tentu dijadikan sebagai peluang besar bagi perusahaan untuk memberikan program sosial yang berfokus pada Mitra Binaan yang mana memiliki tujuan untuk meningkatkan taraf ekonomi dan kehidupan masyarakat itu sendiri.

Dalam penelitian ini, peneliti akan merumuskan tujuan dari penelitian ini terkait dengan judul “Evaluasi Program *Corporate Social Responsibility* Divisi *Community Development* PT Indonesia Power UBP Suralaya, Merak-Banten”. Selain dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka dalam penelitian ini mempunyai dua tujuan utama yaitu untuk mengkaji Evaluasi Program *Corporate Social Responsibility* PT Indonesia Power UBP Suralaya Berdasarkan Standard International CSR ISO 26000 dan juga untuk mengkaji faktor-faktor pendukung dan penghambat pada Program Mitra Binaan PT Indonesia Power UBP Suralaya.

Adapun manfaat dari penelitian ini ialah untuk menjadikan suatu hubungan antara manfaat penelitian bagi akademis dan manfaat penelitian praktis. Manfaat penelitian terbagi menjadi dua bagian yakni manfaat akademis dan manfaat praktis. Manfaat akademis yaitu dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi kepada mahasiswa lainnya terutama sebagai panduan dalam mengembangkan teori tentang Evaluasi Program *Corporate Social Responsibility* PT Indonesia Power UBP Suralaya berdasarkan Standar International CSR ISO 26000.

Manfaat Praktis yaitu manfaat bagi PT Indonesia Power UBP Suralaya yang dapat menjadikan pedoman evaluasi Standard International CSR ISO 26000 sebagai panduan penting untuk melakukan proses evaluasi guna pencapaian hasil akhir yang dituju pada seluruh program CSR Indonesia Power dapat dicapai dengan baik dan menjadikan perbaikan pada program selanjutnya.

Kerangka Pemikiran

Penelitian yang dilakukan penulis, adanya kerangka teori merupakan acuan pendukung bagi penulis untuk menjawab rumusan masalah yang sebelumnya telah dibuat sekaligus menjadi relevansi teor-teori yang akan dijelaskan terhadap masalah yang akan dibahas.

a. *Corporate Social Responsibility*

CSR menurut Lord Holme dan Richard Watts di dalam bukunya Nor Hadi *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen berkelanjutan para pelaku bisnis untuk memegang teguh pada etika bisnis dalam beroperasi, memberi kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, serta berusahamendukung peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan bagi para pekerja, termasuk meningkatkan kualitas hidup bagi masyarakat sekitar.¹

CSR merupakan tanggung jawab sosial dari perusahaan kepada masyarakat sekitar perusahaan yang pada dasarnya memiliki konsep yakni untuk membangun pembangunan yang berkelanjutan. Konsep ini harus disesuaikan dengan dimensi-dimensi yang ingin diterapkan oleh perusahaan dan harus sesuai dengan tujuan yang tepat. Karena kegiatan CSR erat kaitannya dengan tujuan sosial yang dilakukan

¹Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal vi

perusahaan kepada masyarakat. Dan tidak bisa disalah gunakan. Hal ini berkaitan dengan proses-proses yang menjadi tahapan yang harus dilewati oleh perusahaan, misalnya dari segi kegiatan CSR yang berfokus pada proses pemberdayaan masyarakat.

CSR memiliki konsep dasar yakni tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan untuk memiliki ruang lingkungannya. Pada awalnya konsep ini dilatarbelakangi oleh motivasi korporat yang sifatnya karikatif (*philanthropy/charity*). Dan selanjutnya konsep CSR mulai berkembang pada bentuk-bentuk pemberdayaan masyarakat atau lebih dikenal dengan istilah *Community Development*. *Community Development* dilaksanakan oleh korporasi dengan mengacu pada nilai keadilan dan kesetaraan atas kesempatan, pilihan partisipasi, timbal balik, dan kebersamaan.² *Community Development* memiliki definisi sebagai kegiatan pengembangan masyarakat yang diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat untuk mencapai kondisi sosial ekonomi budaya yang lebih baik. Terlepas dari adanya konsep CSR yang sudah dipaparkan sebelumnya, dalam pelaksanaan CSR juga memiliki manajemen implementasi tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan dengan pola sebagai berikut³:

1. *Charity*, merupakan kegiatan yang berbasiskan pada kegiatan sosial yang diutamakan untuk menjadikan masyarakat atau *stakeholders* sebagai objek yang harus memperoleh bantuan dan hanya bersifat jangka pendek.
2. *Social Activity*, merupakan salah satu pola strategi bagi perusahaan dalam bentuk pelaksanaan tanggung jawab sosial dengan memberikan bantuan dalam hal jasa. Seperti pada pelayanan kesehatan dengan memberikan pengobatan gratis kepada masyarakat, memberikan pelatihan, dan sejenisnya.
3. *Community Development*, merupakan kegiatan pemberdayaan masyarakat yang berbasiskan prinsip simbiosis mutualisme kepada *stakeholders* yang dimana keduanya harus sama-sama memberikan keuntungan.

b. Manajemen *Public Relations*

MPR atau Manajemen *Public Relations* merupakan salah satu bentuk alternatif dalam pencapaian untuk pemecahan masalah dalam bidang ke PR-an yang tentunya difokuskan dalam beberapa proses, yakni :

² Mukti Fajar ND, *Tanggung Jawab Perusahaan di Indonesia* . (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hal 6-7.

³ Nor Hadi, *Op.Cit*, hal 145-146.

1. *Fact Finding*

Dalam menggambarkan permasalahan yang terjadi di lingkungan masyarakat harus dengan menganalisis situasi. Analisis situasi ini merupakan kumpulan yang tidak diringkas dari segala sesuatu yang diketahui tentang situasi dan berisikan semua informasi latar belakang yang diperlukan untuk mengembangkan dan mengilustrasikan arti pernyataan masalah secara rinci.

Atau secara singkat dapat disimpulkan bahwa hal yang perlu dilakukan pertama kali ketika akan melakukan proses manajemen terlebih lagi dalam bidang *Public Relations* yakni harus melakukan proses *Fact Finding* atau mendefinisikan masalah yang terjadi pada masyarakat secara detail.

2. *Planning*

Membuat perencanaan terkait dengan berbagai program yang akan di laksanakan. Dalam langkah ini tentunya berkaitan dengan langkah pertama dalam merumuskan masalah yang terjadi. Perumusan masalah yang sudah diketahui dapat digunakan untuk menyusun berbagai program, tujuan dan tindakan. Langkah kedua ini biasanya merupakan proses untuk menjawab pertanyaan berdasarkan situasi yang ada⁴.

Setelah dilakukan proses mendefinisikan masalah yang timbul pada masyarakat, langkah selanjutnya yakni harus melakukan proses planning atau merencanakan program yang akan dilaksanakan. Hal ini tentunya berkaitan dengan proses *Fact Finding* yang dimana akan terlihat berbagai permasalahan yang timbul di lingkungan masyarakat.

3. *Action and Communications*

Proses manajemen pada point ini merupakan salah satu proses yang paling penting dikarenakan adanya proses interaksi secara langsung yakni dengan cara aksi dan komunikasi. Aksi disini diartikan sebagai proses pada program atau kegiatan yang sebelumnya sudah direncanakan dan akan secara langsung direalisasikan pada masyarakat dan komunikasi yang dilakukan juga secara persuasif dan tertuju langsung pada masyarakat.

4. *Evaluations*

⁴ Morissan, MA, *Manajemen Public Relations*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), hal 108-109.

Evaluasi tanggung jawab sosial adalah salah satu langkah untuk pencapaian suatu tujuan perusahaan. Tanggung jawab sosial membutuhkan evaluasi dalam rangka perbaikan dimasa depan dan sekaligus menentukan tingkat pencapaian kinerja aktivitas sosial yang telah dilakukan dan juga sebagai pencapaian tujuan program yang telah dilakukan serta apakah terdapat penyimpangan dan persoalan yang membutuhkan tindakan koreksi.

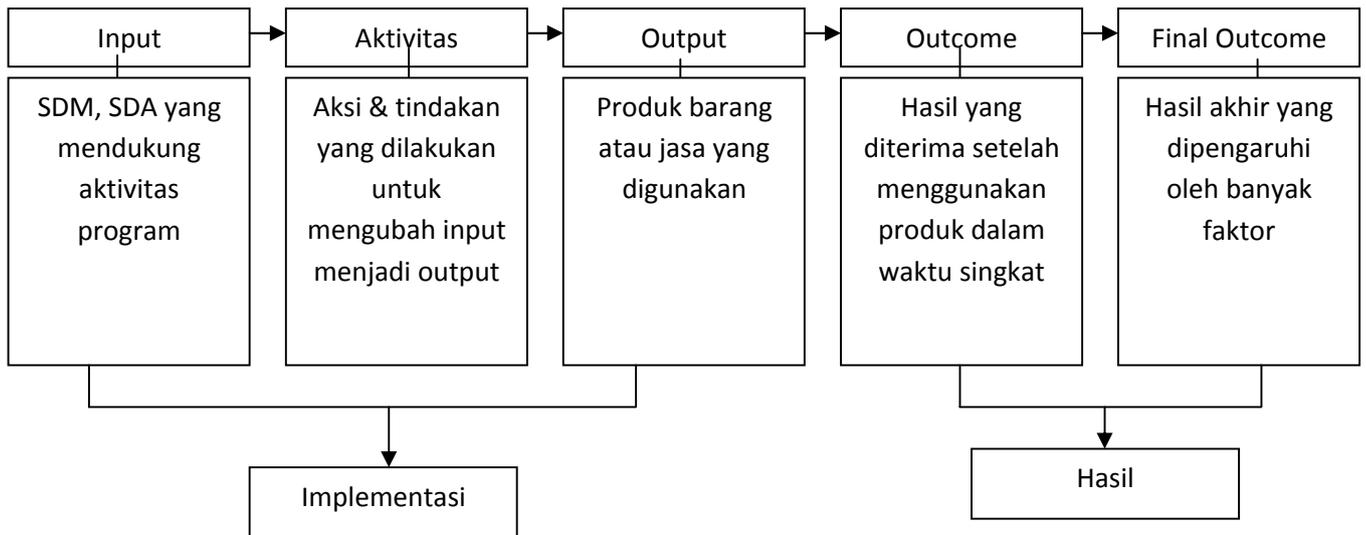
Secara garis besar, evaluasi program *Public Relations* dikategorikan menjadi dua bagian. Yakni evaluasi proses dan evaluasi hasil. Evaluasi proses yakni untuk mengetahui apakah program-program yang dijalankan oleh suatu instansi dapat berjalan dengan baik, berkesinambungan dan efektif. Dan biasanya evaluasi proses ini dilakukan dalam jangka pendek saja, misalkan evaluasi program yang dijalankan dalam hitungan bulan. Evaluasi hasil yakni yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk mengetahui hasil dan melihat dampak yang ditimbulkan oleh program-program yang dijalankan oleh perusahaan terkait⁵.

c. **Results Chain**⁶

Results Chain merupakan kajian mengenai rantai hasil terhadap suatu proyek yang dimana hal tersebut dapat dilihat dari beberapa komponen penting dalam melakukan evaluasi. Komponen tersebut terdiri dari proses input, aktivitas, output, outcome dan final outcome. Komponen kelima tersebut dapat mendefinisikan tujuan akhir yang jangka panjang dan juga bertanggung jawab untuk mengetahui dampak salah satu proyek. Dan dapat disimpulkan mengenai komponen rantai hasil sebagai berikut :

⁵ Drs. Elvinaro Ardianto, M.Si, *Public Relations "Pendekatan Praktis untuk Menjadi Komunikator, Orator, Presenter, dan Juru Kampanye Handal"*, (Bandung: Widya Padjadjaran), hal 116-117.

⁶ Paul J. Gertler, *et al.*, *Impact Evaluation In Practice* (Washington DC: World Bank, 2010), hal 42-44



Bagan 1 Implementasi Results Chain

Secara garis besar, dalam penelitian ini menggunakan teknik Results Chain. Sesuai bagan yang sudah dipaparkan sebelumnya, dapat dijelaskan lebih detail mengenai penelitian ini sebagai berikut :

1) Input

Pelaksanaan suatu program CSR PT Indonesia Power ini dilakukan dengan adanya pemasukan dana yang dikhususkan untuk pelaksanaan CSR kepada masyarakat sekitar perusahaan. Perihal mengenai pemasukan dana yang dikhususkan dalam kegiatan CSR ini biasanya diperoleh dari laba atau profit perusahaan terkait dengan produk yang sudah dikeluarkan. Didalam input ini dilakukan proses perencanaan mengenai kegiatan yang akan dilakukan oleh pihak Comdev PT Indonesia Power. Perencanaan ini dilakukan agar kegiatan CSR dapat langsung terkena dampaknya oleh penerima manfaat.

2) Aktivitas

Aktivitas dalam hal ini merupakan proses yang dilakukan untuk mengubah input menjadi output. Aktivitas ini biasanya meliputi pelaksanaan program atau kegiatan CSR yang sudah direncanakan sebelumnya. Dan beberapa hal yang melatar belakangi program terkait. Perusahaan Indonesia Power harus mampu memberikan program yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekitar. Karena dengan hal ini, program

yang dilaksanakan dapat diukur mengenai bagaimana kegiatan yang akan berjalan dengan baik atau tidak.

Aktivitas ini merupakan bagian dari proses tindakan dan komunikasi yang diimplementasikan secara langsung kepada masyarakat terkait dengan program yang akan dilaksanakan.

3) Output

Output yakni suatu hasil produk dari proses pelaksanaan program yang telah dilaksanakan dan merupakan produk yang dihasilkan dari kegiatan input menjadi output yang nyata. Dari proses pelaksanaan kegiatan CSR akan menimbulkan beberapa hasil yang meliputi produk atau barang yang digunakan. Dalam hal ini berfokus pada kegiatan CSR PT Indonesia Power yakni pemberdayaan masyarakat yang meliputi Mitra Binaan. Terlihat dari adanya kelompok Mitra Binaan ini, yang nantinya akan memberikan proses hasil sementara yakni terciptanya produk bahan pangan.

4) Outcome

Outcome merupakan hasil yang diterima setelah menggunakan produk atau jasa dalam waktu singkat dan hasil yang sudah tersedia dengan populasi atau masyarakat yang sudah ditargetkan. Artinya proses kegiatan CSR yang dilakukan PT Indonesia Power yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat Mitra Binaan ini bersifat hasil yang dalam jangka waktu singkat. Hasil ini biasanya akan dirasakan oleh masyarakat itu sendiri sebagai sisi penerima manfaat.

5) Final Outcome

Hal ini merupakan hasil akhir yang diketahui oleh pihak perusahaan terkait dengan program CSR terutama pada program pemberdayaan masyarakat. Hasil ini diketahui apabila perusahaan sudah melakukan evaluasi dini pada proses outcome. Hasil akhir atau tujuan akhir dari pelaksanaan suatu program dapat bersifat jangka panjang. Final outcome ini juga dapat mengalami perubahan mengenai hasil akhir yang dapat dilihat dengan banyaknya faktor. Dan hal ini juga akan menjadi tolak ukur atau alat ukur terkait dengan keberhasilan program dan keefektivannya mengenai program yang dilaksana dapat terkena dampak positif kepada masyarakat atau penerima manfaat.

d. ISO 26000 *Standard International*

ISO (International Organization for Standardization) sebagai induk organisasi standarisasi internasional, berinisiatif mengundang berbagai pihak untuk membentuk tim (working group) yang membidani lahirnya panduan dan standarisasi untuk tanggung jawab sosial yang diberi nama ISO 26000: Guidance Standard on Social Responsibility. Pengaturan untuk kegiatan ISO dalam tanggungjawab sosial terletak pada pemahaman umum bahwa SR adalah sangat penting untuk kelanjutan suatu organisasi. ISO 26000 menyediakan standar pedoman yang bersifat sukarela mengenai tanggung jawab sosial suatu institusi yang mencakup semua sektor badan publik ataupun badan privat baik di negara berkembang maupun negara maju.

Dalam pelaksanaannya, suatu perusahaan diharuskan untuk melakukan seluruh subjek inti tetapi tidak semua isu yang terdapat dalam subjek inti tersebut harus diidentifikasi oleh perusahaan. Berikut ini merupakan subjek-subjek inti yang harus dilakukan perusahaan atau instansi untuk mengevaluasi ataupun membuat rangkaian kegiatan tanggung jawab sosial :

1. Konsep dan waktu yang mendukung kegiatan tanggung jawab sosial.
2. Latar belakang dan karakteristik tanggung jawab sosial.
3. Adanya praktik yang mendukung kegiatan tanggung jawab sosial.
4. Subjek inti dan isu tanggung jawab sosial.
5. Mengintegrasikan, mengimplementasikan, mempromosikan tindakan atau kegiatan tanggung jawab sosial melalui kebijakan dan praktik dalam ruang lingkup pengaruhnya.
6. Mengidentifikasi dan mempererat hubungan dengan stakeholders.
7. Mengkomunikasikan segala informasi yang mendukung kegiatan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan konsep ISO 26000, penerapan sosial responsibility hendaknya terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi yang mencakup 7 isu pokok diatas. ISO 26000 menerjemahkan tanggung jawab sosial sebagai tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan kepentingan dari para stakeholder, sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan

norma-norma internasional dan terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa.

Metode Penelitian

Penelitian mengenai evaluasi program CSR ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme juga dapat dikatakan sebagai pembelajaran yang bersifat generatif yakni tindakan mencipta sesuatu makna dari apa yang dipelajari. Dan pada penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan langsung dan terperinci kepada pelaku responden sehingga peneliti mampu merincikan dan memperoleh pemahaman dalam kehidupan sehari-hari terkait dengan data yang diperoleh. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang dimana pada metode kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi pada perilaku manusia dan menafsirkan makna dari suatu peristiwa atau fenomena yang terjadi.

Penelitian mengenai Evaluasi Program CSR PT Indonesia Power UBP Suralaya membutuhkan waktu 2 bulan dan penelitian berlokasi di kantor PT Indonesia Power UBP Suralaya Jl Komplek Suralaya, Merak. Cilegon-Banten.

Narasumber dari penelitian ini mencakup kebijakan dan staff Divisi *Community Development* pada Bidang Pemberdayaan Masyarakat PT Indonesia Power UBP Suralaya yang secara langsung mengelola kegiatan program Tahunan Mitra Binaan, yakni:

- a. Joko Mulyono, Supervisor Komunitas & Humas (Comdev) PT Indonesia Power UBP Suralaya.
- b. Nandang Mulyani, kelompok Mitra Binaan kerajinan tangan berbahan limbah RT.
- c. Aziz Sulistiawati, kelompok Mitra Binaan makanan olahan pisang menjadi keripik pisang.

Dalam penelitian ini jenis data yang disajikan peneliti diantaranya bentuk penyajian data primer, penyajian data secara sekunder dan penyajian data melalui studi pustaka. Penyajian data primer adalah bentuk penyajian data yang didapatkan secara langsung dilapangan pada saat peneliti melakukan penelitian atau ditempat obyek penelitian. Penyajian data secara sekunder didapatkan peneliti secara tidak langsung melalui dokumen-dokumen, buku-buku mengenai program CSR Indonesia

Power, foto-foto dan laporan lain yang menyangkut dengan masalah yang diteliti. Studi pustaka didapatkan dengan membaca literature yang menyajikan data sesuai dengan permasalahan. Data yang diperoleh melalui institusi ataupun lembaga tempat peneliti melakukan penelitian.

Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti berupa hasil dari wawancara, observasi dan berbagai dokumen yang mengarah kepada pengumpulan informasi dari pelaku responden. Responden yang diambil yakni diambil dari segi program kegiatan CSR pada PT Indonesia Power UBP Suralaya. Setelah dilakukannya pengumpulan data, peneliti melakukan reduksi data merupakan tahapan analisis dan suatu hasil dari wawancara peneliti yang dilakukan kepada pelaku responden yang dimana merupakan adanya pemilahan dan pemusatan data. Dalam hal reduksi data ini, peneliti harus dapat memilih hasil wawancara yang dianggap penting dan hasil wawancara yang tidak dianggap penting dapat dibuang dan sisihkan. Dan peneliti harus membuat koding atau proses pemberian kategori yang dimana memberikan kode pada setiap hasil jawaban wawancara dari pelaku responden.

Dalam penyajian data ini dilakukan setelah peneliti melakukan reduksi data. Yang dimana dapat diketahui dari hasil reduksi data dengan menggunakan proses koding atau kategori yang telah dibuat oleh peneliti. Penyajian data ini dapat memberikan informasi kepada peneliti terhadap data yang dilakukan dengan melihat fenomena-fenomena yang terjadi pada saat wawancara. Dan dapat menemukan hasil data yang sudah dipilah sebagai penyajian data.

Pada hal ini peneliti harus mampu menarik kesimpulan yang dimana berasal dari pengumpulan data, reduksi data dan penyajian data yang dapat memberikan kesimpulan dan pandangan kepada peneliti dalam hal menarik kesimpulan terkait dengan data yang sudah dilakukan oleh peneliti.

Analisis

Pada bagian ini, peneliti merupakan hasil temuan data yang dapat menjawab rumusan masalah yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya.

A. Manajemen *Public Relations*

1. Fact Finding

Keadaan nyata yang ada di kawasan PT Indonesia Power UBP Suralaya adalah keadaan lingkungan masyarakat yang sebenarnya sudah dapat dikatakan baik dan berkembang, namun di satu sisi masih ada lingkungan masyarakat yang kurang memadai dan tidak berkembang perihal kegiatan usaha masyarakat yang mereka kelola. Hal ini tentu dilihat dalam berbagai sudut pandang ketika kegiatan usaha masyarakat tersebut dikatakan tidak berkembang. Baik dilihat dalam keadaan fisik seperti toko yang terlihat tidak menarik ataupun konsumen yang datang, maupun nonfisik seperti dari sisi keuntungan yang didapatkan.

Evaluasi yang didapatkan menurut peneliti dalam proses ini bahwa lingkungan perusahaan tentunya akan membawa dampak yang tidak baik bagi masyarakat sekitar perihal permasalahan sosial yang mereka hadapi. Dengan adanya perusahaan yang dikatakan sebagai perusahaan terbesar di Banten yang bergerak dalam bidang kelistrikan ini harus peka dalam melihat permasalahan sosial disekitar lingkungan perusahaan, dengan begitu perusahaan akan membuat program kegiatan CSR sehingga apa yang diberikan oleh perusahaan akan tepat sarannya dan juga akan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

2. Planning

Point menjelaskan mengenai proses perencanaan yang dilakukan oleh perusahaan ketika sudah melakukan proses survey lapangan yang mana untuk mengetahui hal-hal yang melatar belakangi proses pembuatan program yang akan dibuat oleh Community Development. Yang mana sudah dijelaskan pada bab sebelumnya perusahaan melakukan proses perencanaan dalam pembuatan program dalam bentuk proposal yang nanti akan diajukan oleh pimpinan.

Hasil survey tersebut merupakan hasil yang diketahui oleh perusahaan terkait dengan kebutuhan masyarakat yang dibutuhkan. Yakni dalam sisi bantuan permodalan guna mengembangkan usaha kecil masyarakat yang berada didekat perusahaan. Terutama dalam kelompok Mitra Binaan yang sudah terbentuk pada tahun 2007.

Dalam hal ini, peneliti melihat bahwa kebutuhan masyarakat merupakan bagian dari perencanaan suatu kegiatan CSR perusahaan untuk menjawab hal-hal apa saja yang masih dibutuhkan masyarakat. Perusahaan khususnya PT Indonesia Power UBP Suralaya juga harus peka terhadap hal tersebut. Kebutuhan dalam bentuk materil sangat diinginkan oleh pelaku-pelaku usaha kecil masyarakat. Karena dengan adanya bantuan permodalan bantuan dana bergulir yang diberikan, pelaku usaha dapat berkembang secara mandiri dana terbantu dalam sisi perilaku sosial masyarakat.

3. *Action and Communication*

Dalam point ini dijelaskan ialah adanya proses tindakan dan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan Indonesia Power UBP Suralaya untuk menunjang kegiatan CSR yang tentunya berfokus pada program Mitra Binaan. Inti dari program Mitra Binaan ini ialah perguliran dana yang diberikan oleh perusahaan kepada Mitra Binaan dan kegiatan pameran yang tentunya diikuti oleh perusahaan dan kelompok Mitra Binaan Unggulan.

Dengan hasil temua yang sudah dijelaskan sebelumnya, perusahaan Indonesia Power secara langsung melaksanakan proses inti kegiatan dari program Mitra Binaan ini secara langsung tanpa adanya perantara. Yang mana memberikan modal secara langsung kepada masyarakat. begitu juga dengan pameran yang selalu diikuti oleh perusahaan. Namun dalam hal kegiatan tersebut, kelompok Mitra Binaan ini merasakan bahwa proses perguliran dana yang dilakukan oleh perusahaan dapat dikatakan tidak efektif.

Dimana ketika kelompok menggulirkan dana ke perusahaan terkadang pihak perusahaan menunda-nunda proses perguliran tersebut dikarenakan kurangnya SDM yang ada diperusahaan. Dengan adanya hal tersebut, diharapkan perusahaan tentunya harus tepat waktu dalam penerimaan modal bergulir yang dilakukan oleh kelompok Mitra Binaan. dan tentunya tidak mengundur-ngundur waktu pada proses tersebut.

Perihal kegiatan pameran tentunya tidak terjadi permasalahan yang begitu signifikan yang terjadi bagi kedua belah pihak. Dalam hal ini, kelompok Mitra Binaan merasakan dampak yang sangat berarti yang mana mereka selalu diikutkan pada pameran.

2. *Evaluation*

Proses monitoring dan evaluasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada kelompok Mitra Binaan ini tidak hanya berfokus pada satu program saja, namun keseluruhan program kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan tentunya ada monitoring yang dilakukan. Begitu juga dengan kegiatan pameran UKM yang diikuti PT Indonesia Power UBP Suralaya.

Pada point ini menjelaskan mengenai proses monev yang dilakukan oleh perusahaan Indonesia Power UBP Suralaya. Dengan temuan yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa perusahaan hanya melakukan proses evaluasi sebatas lisan yang mana ketika setelah menjalankan program maupun kegiatan yang mendukung, pihak Comdev hanya merapatkan kordinasi yang membicarakan kekurangan apa saja yang terjadi dalam kegiatan program yang telah dilaksanakan.

Kegiatan pameran merupakan salah satu hal penting bagi perusahaan untuk melakukan proses monitoring dan evaluasi. Karena dari kegiatan tersebut dapat dilihat mengenai produk-produk yang dihasilkan oleh kelompok Mitra Binaan apakah berkembang dan bervariasi atau tidak dan juga dapat melihat tingkat keberhasilan dalam pencapaian tujuan pada awal proses perencanaan dilakukan oleh divisi *Community Development* Indonesia Power.

Hasil evaluasi dari efektivitas yang dinilai oleh peneliti dengan adanya program Mitra Binaan. Program ini merupakan program yang sangat baik bagi masyarakat. Terutama masyarakat kecil sekitar perusahaan yang kurang memiliki kemampuan untuk mengembangkan usaha-usaha yang dimilikinya.

B. Result Chain

1. *Input*

Dalam input ini dijelaskan yakni adanya pemasukan dana, SDM dan SDA yang terlibat dalam kegiatan yang mendukung program. Pemasukan dana tentunya diperoleh dari adanya keuntungan atau profit perusahaan yang

sebagaimana dari profit tersebut digunakan untuk kegiatan Social Responsibility. Begitu juga dengan sumber daya manusia yang digunakan yakni berasal dari pihak Comdev sebagai pemegang program pelaksanaan Social Responsibility dan masyarakat sebagai penerima manfaat program perusahaan.

Dijelaskan sebelumnya bahwa dalam proses input ini juga diperlukan perencanaan kegiatan dari budget yang diperlukan, kemudian SDM yang diperlukan dan juga konsep yang dibuat oleh perusahaan agar program dapat terealisasi dengan baik. Diketahui dana yang digunakan pada seluruh kegiatan CSR hampir mencapai milyaran rupiah. Hal inilah yang tentunya menjadikan perusahaan harus sangat loyal dan peka untuk perihal program CSR yang diberikan oleh masyarakat sekitar perusahaa.

Dan juga ketika kelompok menginginkan suatu pelatihan yang sifatnya dibuat oleh kelompok Mitra Binaan tersebut pelaku usaha harus membuat dan memberikan proposal kegiatan atau pelatihan untuk kepentingan mereka sendiri. Dan perusahaan tentunya akan selalu mendukung dengan kegiatan yang diajukan kepada IP terlebih lagi mereka sebagai pelaku usaha sangat menginginkan kegiatan tersebut guna mengembangkan sumber daya yang ada. Dan tak luput juga sebagai perusahaan yang besar yang berada dilingkungan masyarakat, IP juga terkadang memberikan pelatihan khusus kepada pelaku usaha tanpa dipungut biaya apapun.

2. *Aktivitas*

Pelaksanaan program Mitra Binaan yang berfokus pada kegiatan perguliran dana dan pameran ini sudah dilaksanakan sekiatr tujuh tahun belakangan ini. Kurang lebih dana yang sudah dikeluarkan sudah mencapai milyaran rupiah. Hal ini sudah sepantasnya mengenai dana atau budget yang dibutuhkan oleh perusahaan guna memberikan bantuan program CSR ini.

Dalam proses perguliran dana ini perusahaan harus benar-benar memberikannya secara langsung tanpa ada perantara karena dimaksudkan agar dana yang diberikan dapat diterima langsung oleh kelompok yang tertuju. Dana tersebut diberikan dalam periode pertriwulan artinya dalam satu tahun

kelompok Mitra Binaan yang mendapatkan modal tersebut diterima empat kali dalam setahun.

Maksud dari perguliran dana tersebut adalah perusahaan memberikan modal usaha kepada pelaku-pelaku usaha dalam Mitra Binaan yang kemudian mereka harus menggulirkan dana yang sudah diberikan kepada perusahaan setiap bulannya. Dana yang digulirkan pun tidak terbatas jumlahnya dan berapapun dananya yang terpenting pelaku usaha sudah menjalankan prosedur perusahaan pada proses perguliran dana.

Namun dari hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti mengenai proses perguliran dana ini kurang efektif. Karena yang didapatkan peneliti bahwa setiap pelaku usaha menggulirkan dana ke perusahaan, divisi Comdev terkadang sibuk dengan pekerjaannya sehingga para pelaku usaha pun terkadang kurang bersemangat untuk menggulirkan dana ke perusahaan dan seharusnya perbulan sudah digulirkan kembali namun tertumpuk hingga dua sampai tiga bulan. Dan terkadang Tim Comdev sendiri yang mendatangi langsung ke kelompok yang akan menggulirkan dana tersebut namun tidak tentu waktunya.

Proses pelaksanaan kegiatan pameran ini adalah perusahaan akan mendapatkan undangan dari pemerintahan setempat baik dari kota Cilegon maupun provinsi Banten. Setelah itu, jika memang perusahaan bersedia untuk mengikuti pameran yang diundang oleh pemerintahan setempat, perusahaan IP akan memberikan undangan kembali dan mengkonfirmasi kepada pelaku usaha kelompok Mitra Binaan. Dan biasanya setelah itu, perusahaan IP mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan saat pameran.

Dan kemudian setelah semua keperluan dari pameran dan produk-produk hasil Mitra Binaan sudah dipersiapkan, perusahaan akan mendapatkan stand kegiatan CSR tersebut pada acara pameran. Pameran tersebut biasanya dilaksanakan dalam kurun waktu satu tahun dua kali. Dan disetiap pamerannya dilaksanakan sekitar dua sampai tiga hari pelaksanaannya dan tempat yang dilaksanakannya kegiatan sudah tertera jelas dengan baik dan juga proses dalam pelaksanaannya sesuai untuk prosedur pelaksanaan program.

3. *Output*

Pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat pada kegiatan Mitra Binaan yang telah dilaksanakan pada kelompok usaha yang sebagian besar terdapat di wilayah kecamatan Pulomerak yakni tempat perusahaan berada telah memiliki hasil yang cukup baik. Salah satu kegiatan dalam Mitra Binaan yang memiliki hasil yang cukup baik adalah perguliran dana dan pameran. Dari hasil penelitian dan wawancara bahwa kedua kegiatan tersebut dapat dikatakan sudah memberikan hasil yang baik adalah berkembangnya sumber daya yang ada dan menghasilkan produk-produk bernilai daya jual.

Terkait dengan kegiatan Mitra Binaan dapat dijelaskan bahwa *Pertama*, perguliran dana merupakan salah satu kegiatan Mitra Binaan yang pada prosesnya perusahaan memberikan modal usaha dengan sistem bergulir kepada pelaku usaha yang sudah dipilih sebelumnya. Terbilang pada proses perguliran dana ini cukup baik karena secara tidak langsung, pelaku usaha sangat mengharapkan adanya bantuan modal usaha dari perusahaan dan memberikan efek positif bagi perkembangan usaha yang dijalani.

Kedua, pameran juga merupakan rangkaian kegiatan dari proses perguliran dana. Pameran ini adalah hasil yang dihasilkan oleh para pelaku usaha yang tergabung dalam kelompok Mitra Binaan yang kemudian akan dipamerkan oleh perusahaan terkait dengan adanya event-event UKM di wilayah kota Cilegon dan provinsi Banten.

Dengan kata lain pameran yang telah dilakukan oleh perusahaan IP terbilang sangat baik. Yang mana tentunya membawa keuntungan bagi pelaku usaha karena produk-produk yang mereka hasilkan dapat diperjual belikan diacara pameran tersebut dan tidak hanya sebagai pajangan belaka.

4. *Outcome*

Tanggung jawab sosial pada perusahaan dan lingkungan sekitar perusahaan menggunakan tanggung jawab sosial dengan arti bahwa organisasi atau perusahaan tersebut memiliki tujuan untuk membentuk lingkungan sosial yang dapat berdampak baik dan juga dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial tersebut adanya program yang berkelanjutan yang bisa membangun kesejahteraan sosial dan organisasi terkait.

Hasil penelitian menyatakan bahwa pelaksanaan program Mitra Binaan ini terlaksana dimulai dari adanya pemilihan kelompok usaha kecil masyarakat sesuai dengan ketentuan perusahaan dan kemudian jika hal tersebut sudah tercapai barulah perusahaan melaksanakan program perguliran dana tersebut guna membantu perihal modal usaha dan juga berusaha untuk lebih mengembangkan usaha dan sumber daya yang dimiliki. Yang nantinya modal tersebut digulirkan kembali ke perusahaan dan pelaku usaha.

Hasil tujuan akhir yang sifatnya diterima dalam waktu singkat oleh masyarakat pelaku usaha adalah tentunya pelaku usaha tersebut merasakan dampak positif yakni terbantu dalam hal modal usaha yang sebelumnya modal usaha yang dimiliki oleh pelaku usaha tersebut terbilang sangat kecil. Dengan adanya bantuan modal ini pada setiap tahunnya pelaku usaha terbantu sekali. Sehingga dengan secara langsung perusahaan dapat membangun kehidupan dan kesejahteraan sosial yang dialami oleh mereka.

Dan juga perihal mengenai pameran yang diikuti oleh perusahaan juga memberikan efek positif yakni pelaku usaha yang ditunjuk oleh perusahaan untuk mengikuti pameran adalah pelaku usaha unggulan PT IP yang merasakan bahwa dengan adanya pameran ini, usaha yang mereka rintis menjadi dikenal oleh masyarakat luar yang tentunya jauh dari rumah atau toko produsen yang IP miliki.

5. *Final Outcome*

Dalam final outcome ini dijelaskan bahwa adanya hasil yang diketahui setelah melaksanakan program kegiatan CSR pada perusahaan. Hasil yang diketahui ini ialah hasil jangka panjang terkait dengan program Mitra Binaan.

Hasil jangka panjang yang diterima oleh masyarakat sebagai pelaku usaha yang tergabung dalam Mitra Binaan ini ialah masyarakat mendapatkan dampak perubahan baik dari sisi perkembangan usaha yang semakin terlihat maju begitu juga dengan sumber daya yang ada juga semakin berkembang.

Terlihat dari adanya pemberian modal yang mana pemberian modal bergulir yang diberikan oleh perusahaan ini tentunya membawa hal baik dari perkembangan SDM dan juga olahan produk yang dikeluarkan oleh masing-masing kelompok Mitra Binaan. Hasil akhir dari perguliran ini dapat dilihat oleh tampak fisik, seperti adanya hasil toko yang mereka buat untuk

mendukung aktifitas proses penjualan produk kepada konsumen. Yang dilihat ketika belum terjamah oleh bantuan dari perusahaan Indonesia Power UBP Suralaya, pelaku usaha yang tergabung tidak memiliki toko usaha sendiri dan hanya sebatas rumah pelaku usaha yang dijadikan sekaligus sebagai tempat produksi dan penjualan produk kelompok Mitra Binaan.

Begitu juga dengan adanya kegiatan pameran yang diikuti oleh perusahaan pada Mitra Binaan. tentunya sebagai kelompok yang terpilih sebagai kelompok Mitra Binaan Unggulan, pelaku usaha merasakan dampak yang mana produk mereka semakin dikenal oleh masyarakat luar begitu juga masyarakat internal perusahaanpun terkadang mempromosikan produk-produk olahan Mitra Binaan dalam lingkungan perusahaan. Dan tentunya perihal pendapatan yang dihasilkan oleh kelompok Mitra Binaanpun akan bertambah pesat. Hal inilah yang tentunya sangat diharapkan oleh seluruh kelompok Mitra Binaan agar terus diperhatikan.

C. Evaluasi Program *Corporate Social Responsibility* PT Indonesia Power UBP Suralaya Berdasarkan Standard International CSR ISO 26000

ISO 26000 merupakan pedoman pelaksanaan CSR yang ketujuh subjek intinya dapat diterapkan secara universal oleh seluruh organisasi. Masing-masing tujuh subjek inti dalam ISO 26000 memiliki isu-isu yang ditekankan. Dalam pelaksanaannya, suatu perusahaan diharuskan untuk melakukan seluruh subjek inti tetapi tidak semua isu yang terdapat dalam subjek inti tersebut harus diidentifikasi oleh perusahaan. Berikut ini akan dijelaskan penerapan ISO 26000 pada PT Indonesia Power UBP Suralaya sesuai dengan ketujuh subjek inti sebagai berikut :

1. Konsep dan waktu yang mendukung kegiatan tanggung jawab sosial

Pelaksanaan pada indikator ini di Indonesia Power UBP Suralaya ialah divisi Comdev yang menaungi seluruh program CSR terlebih dahulu melakukan survey untuk mengetahui apa saja yang terjadi di lingkungan masyarakat sebelum proses pembuatan konsep program. Yang kemudian perusahaan akan membuat perencanaan konsep untuk menentukan arah dan program yang sesuai dengan hasil survey tersebut dan perencanaan dibuat dengan adanya proposal program yang nantinya akan

diajukan kepada pimpinan apakah program yang direncanakan dan dibentuk oleh comdev dapat diimplementasikan langsung pada masyarakat atau tidak.

Hasil observasi yang didapatkan oleh peneliti didapatkan bahwa perencanaan mengenai konsep dan waktu yang dibuat oleh perusahaan dapat dikatakan sudah sesuai dengan panduan ISO 26000 yakni dengan cara merencanakan dan membuat program sesuai dengan hasil temuan permasalahan yang terjadi di masyarakat, begitu juga dengan prosedur yang telah dilaksanakan dalam proses penerimaan dan pelaksanaan program kepada masyarakat.

Konsep yang dibuat sudah terimplementasikan dengan baik dan sesuai, namun tentu hasil implementasi dari konsep tersebut tidak dapat dilihat langsung dikarenakan program SR yang berjalan haruslah bersifat keberlangsungan agar dapat terlihat pencapaian dalam hal konsep yang dibuat.

2. Latar belakang dan karakteristik tanggung jawab sosial

Latar belakang pada setiap lapisan masyarakat yang berada di lingkungan perusahaan tentunya akan berbeda-beda begitu juga dengan solusi yang dibuat oleh perusahaan perihal kegiatan CSR.

Pelaksanaan dalam point ini menjelaskan bahwa perusahaan harus mengetahui hal-hal apa saja yang melatarbelakangi program Mitra Binaan yang tentunya diketahui ketika perusahaan melakukan survey dilapangan. Ditemukan adanya yang melatarbelakangi program tersebut ialah peluang usaha yang besar bagi masyarakat, lalu tidak berkembangnya kualitas SDM dan produk. Hal yang melatarbelakangi tentunya akan diproses lebih lanjut oleh pihak comdev untuk merencanakan konsep dan program yang tepat yang dilakukan dengan cara rapat kordinasi comdev. Yang nantinya ketika program sudah terealisasi, perusahaan Indonesia Power juga melaksanakan proses monitoring dan evaluasi untuk keberlangsungan program tersebut.

Apabila disamakan dengan data hasil observasi yang diperoleh dilapangan, latar belakang perusahaan dalam menjalankan program Mitra Binaan yang berbasiskan perguliran modal ini sudah sesuai dengan CSR ISO 26000. Namun tentu juga perusahaan harus tetap mengawasi dan mengontrol kegiatan tersebut. Baik dalam program maupun hal-hal yang melatarbelakangi terjadinya perkembangan atau tidak dalam bidang usaha tersebut.

3. Adanya praktik yang mendukung kegiatan tanggung jawab sosial

Dalam pelaksanaan pada indikator ini, perusahaan melakukan proses perguliran dana yang mana diberikan oleh perusahaan kepada kelompok Mitra Binaan dan kemudian digulirkan kembali kepada perusahaan Indonesia Power. Proses perguliran dana ini dilakukan sendiri oleh pihak comdev ke Mitra Binaan tanpa adanya perantara. Dana yang diberikan disetiap kelompok tersebut mencapai tiga juta rupiah. Pemberian dana dilakukan oleh perusahaan secara bertahap yakni setahun tiga samapai empat kali. Tidak hanya pada proses perguliran dana saja, namun juga adanya proses pameran yang mana kelompok Mira Binaan unggulan diikuti dalam pameran yang diikuti oleh Indonesia Power UBP Suralaya di Cilegon dan Banten.

Dalam kedua proses tersebut, IP mampu dan wajib melaksanakan proses monitoring terhadap kegiatan program Mitra Binaan begitu juga evaluasi. Kedua proses tersebut sangat penting dilaksanakan agar pencapaian hasil yang sudah direncanakan dapat terealisasi dengan baik.

Hasil observasi atau data yang didapatkan oleh peneliti kemudian jika disamakan dengan panduan ISO 26000 mengenai point ini dapat dikatakan belum sepenuhnya sesuai. Masih banyak perlu adanya tindakan dan praktik yang dilakukan oleh perusahaan khususnya pada proses perguliran dana kelompok Mitra Binaan.

4. Subjek inti dan isu tanggung jawab sosial

Isu yang terjadi dilingkungan masyarakat biasanya terjadi dalam isu sosial. Hal-hal yang seperti inilah perusahaan harus benar-benar menanggapi dengan bijak. Karena kegiatan *Social Responsibility* ini sangat vital hubungannya dengan peranan masyarakat sekitar perusahaan.

Hasil penelitian yang ditemukan oleh peneliti jika disamakan dengan ISO 26000 dalam point ini dapat dikatakan sudah sangat sesuai. Mengapa demikian, karena perusahaan PT Indonesia Power sangat concern terhadap permasalahan isu-isu sosial yang terjadi dilingkungan masyarakat sekitar perusahaan. Jika perusahaan dalam hal ini sangat peka melihat isu yang terjadi, maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan dapat menjalankan operasionalnya tanpa adanya gangguan isu yang terjadi diluar operasional perusahaan.

Dapat dicontohkan yakni perusahaan IP memberikan bantuan-bantuan moril dan material untuk keberlangsungan warga sekitar dan sifat loyalitas perusahaanlah

yang nanti akan memberikan rasa nyaman dari segi operasional maupun lingkungan masyarakat.

5. Mengintegrasikan, mengimplementasikan, mempromosikan tindakan atau kegiatan tanggung jawab sosial melalui kebijakan dan praktik dalam ruang lingkup pengaruhnya.

Mengimplementasikan program haruslah dijalankan sesuai dengan kebijakan yang sudah ada di dalam perusahaan tersebut agar ketika perusahaan khususnya PT Indonesia Power UBP Suralaya menjalankan program tersebut sesuai dengan aturan yang ditetapkan agar tidak keluar dari prosedur yang telah ada. Baik itu kebijakan dalam segi pemerintahan ataupun perusahaan.

Pelaksanaan dalam point ini perusahaan mengimplementasikan seluruh kegiatan pada program Mitra Binaan sesuai dengan perencanaan yang dibuat baik dari latar belakang, konsep, tujuan dan segala hal yang mendukung sesuai dengan kebijakan perusahaan dan melakukan proses monitoring dan evaluasi terkait proses yang sudah terimplementasi.

Hasil observasi yang dilakukan peneliti dan jika disamakan dengan panduan ISO 26000 dalam point ini ialah perusahaan PT Indonesia Power UBP Suralaya dapat dikatakan sudah sesuai dan benar dilakukan dengan adanya kebijakan yang tertera pada ISO 26000. Dalam hal ini perusahaan sudah melakukan implementasi tindakan seluruh kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini sudah sesuai dengan kebijakan yang berlaku pada perusahaan. Hal ini ditetapkan pada kebijakan dalam SK. Direksi No.08.K/010/IP/2004 tertanggal 5 Februari 2004 tentang Pedoman Pelaksanaan kegiatan *Community Development* atau kegiatan CSR di lingkungan PT Indonesia Power. Yang ditetapkan oleh keputusan bersama bagi pihak *Community Development* PT Indonesia Power UBP Suralaya terutama pada seluruh program CSR perusahaan yang dituangkan dalam penulisan rencana kegiatan berbentuk proposal dan hasil survey yang telah dilakukan.

6. Mengidentifikasi dan mempererat hubungan dengan *stakeholders*

Dalam pelaksanaan pada point ini, perusahaan Indonesia Power harus mampu mengidentifikasi keseluruhan masyarakat yang tergabung dalam program CSR yaitu dari perusahaan itu sendiri, pemegang saham, pemegang hukum (konsultan), karyawan, pimpinan perusahaan baik itu Direksi dan Komisaris,

pemasok, konsumen dan masyarakat itu sendiri. Pihak-pihak tersebut merupakan keseluruhan pihak yang terkait dalam kegiatan CSR dan tentunya yang merasakan nyaman atau tidaknya kegiatan operasional perusahaan.

Dengan adanya proses identifikasi tersebut, baik itu pihak internal dan eksternal tentunya diikuti dalam penerimaan program CSR yang dimiliki oleh perusahaan sebagai bentuk kepedulian dan tanggung jawab bagi pihak-pihak terkait. Dan pihak internal pun tentu mendapatkan tunjangan program CSR agar menciptakan keberlangsungan operasional perusahaan.

Jika disamakan dengan hasil observasi yang didapatkan dengan panduan ISO 26000 mengenai identifikasi stakeholders yang dilakukan perusahaan sudah sesuai dengan apa yang ditetapkan dalam panduan tersebut. Perusahaan telah menjalankan hasil identifikasi stakeholders sesuai dengan ISO 26000 yang dilakukannya survey secara menyeluruh kepada pihak-pihak terkait baik itu internal maupun eksternal yakni masyarakat sekitar.

7. Mengkomunikasikan segala informasi yang mendukung kegiatan tanggung jawab sosial.

Pelaksanaan kegiatan dalam point ini perusahaan harus membuat ruang informasi untuk segala kegiatan program CSR terutama pada program Mitra Binaan ini. Ruang informasi tersebut digunakan agar seluruh pihak yang terlibat dapat mengetahui kinerja, kebijakan dan keputusan yang dipertanggung jawabkan dalam pengimplementasian program pada stakeholder.

Sesuai dengan data yang telah didapatkan oleh peneliti bahwa perusahaan telah menjalankan dan mengkomunikasikan seluruh kegiatan pelaksanaan CSR secara transparansi yang mana ketika perusahaan telah menjalankan kegiatan tanggung jawab sosial tersebut, pihak pada divisi *Community Development* akan mempublikasikan kegiatan dan hasil pada pelaksanaan kegiatan CSR terutama pada kegiatan Mitra Binaan. Publikasi yang dilakukan perusahaan terkait mengkomunikasikan pelaksanaan CSR melalui memo, audio visual perusahaan dan juga internet lokal perusahaan yang dapat diakses bagi pihak internal maupun eksternal.

Dalam point ini dapat dikatakan oleh peneliti bahwa perusahaan sudah menjalankan proses ini dengan baik dan terlaksana dan juga sudah sesuai dengan

panduan ISO 26000 yang mana perusahaan telah memberikan akses pada stakeholders internal maupun eksternal untuk mengetahui segala informasi-informasi mengenai kegiatan program tanggung jawab sosial yang diberikan secara transparansi dan akuntabilitas.

Jika dilihat dari keseluruhan akhir penjelasan mengenai evaluasi yang dilakukan oleh perusahaan Indonesia Power UBP Suralaya yang tertuju pada konsep Standard International CSR ISO 26000 dapat dikatakan bahwa sesungguhnya perusahaan telah melakukan dengan sedemikian rupa perihal evaluasi pada ISO 26000. Dapat dilihat dalam penerapan ISO 26000 ini, secara garis besar ialah perusahaan telah melaksanakan aturan mengenai kegiatan CSR menurut ISO CSR ini sesuai dengan hasil observasi apabila dimasukkan kedalam panduan ISO 26000. Namun ada beberapa subjek atau pelaksanaan *real* nya dilapangan yang dapat dikatakan bahwa perusahaan Indonesia power UBP Suralaya belum melaksanakan evaluasi dengan sempurna, masih perlunya perbaikan subjek. Karena ISO CSR ini merupakan panduan standard evaluasi CSR yang digunakan untuk mengevaluasi berbagai kegiatan SR bagi perusahaan-perusahaan besar di Negara maju dan tidak menutup kemungkinan di Negara berkembang.

Penutup

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini ialah telah dilakukannya proses evaluasi pada kegiatan CSR IP dengan panduan CSR ISO 26000 bahwa ada beberapa indikator pada pelaksanaannya yang belum terlaksana yakni pada proses evaluasi tindakan dan implementasi program sesuai dengan ISO 26000 yang mana diharuskan IP melaksanakan evaluasi sesuai dengan panduan ISO agar pencapaian hasil dapat terlihat dan terimplementasi. Begitu juga dengan pelaksanaan evaluasi yang sudah terlaksana dengan baik sesuai dengan ISO yakni konsep program, latar belakang program, subjek inti program, identifikasi program dan komunikasi.

Dan pada penelitian memiliki faktor pendukung pelaksanaan kegiatan CSR yang dikhususkan pada program kelompok Mitra Binaan adalah adanya dana yang diberikan oleh perusahaan kepada kelompok Mitra Binaan untuk mengembangkan SDM ataupun hasil produk dan menjadikan ajang untuk mempromosikan hasil olahan produk Mitra Binaan pada pameran

Faktor penghambat pelaksanaan kegiatan CSR yang dikhususkan pada program kelompok Mitra Binaan adalah belum maksimalnya pada proses perguliran dana, tidak adanya tim khusus untuk melakukan proses money, perusahaan terletak diwilayah padat penduduk, ancaman buruk bagi lingkungan dan udara atas dampak limbah yang dirasakan, persaingan hasil olahan pada kelompok Mitra Binaan yang semakin inovatif.

B. Saran

Berikut ini adalah beberapa saran dari peneliti yang difeleksikan dari penelitian “Evaluasi Program *Corporate Social Responsibility* PT Indonesia Power UBP Suralaya Berdasarkan *Standard International CSR ISO 26000*” secara keseluruhan adalah baik dari segi akademis maupun praktis. Saran akademis pada penelitian ini ialah masih banyak kekurangan dan belum dapat dikatakan sempurna. Diharapkan penelitian selanjutnya yang memiliki kesamaan baik dalam subjek maupun objek diharapkan dapat lebih baik lagi mengenai pembahasan evaluasi program CSR. Dalam hal ini kunci penting pada pembahasan adalah proses pelaporan evaluasi dengan menggunakan sistem CSR ISO 26000 yang secara rinci membahas mengenai evaluasi pada perusahaan.

Saran Praktis pada penelitian ini ialah perusahaan tentunya harus sangat konsisten perihal waktu pengembalian modal bergulir yang dilakukan oleh kelompok Mitra Binaan kepada perusahaan agar tidak terjadinya ketidakefektifan program yang sedang dijalankan dan juga wajib melakukan evaluasi program guna hasil yang ditetapkan dapat tercapai..

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Drs Elvinaro. *Public Relations (Pendekatan Praktis untuk Menjadi Komunikator, Orator, Presenter, dan Juru Kampanye Handal)*. Bandung: Widya Padjadjaran, 2010.
- Gertler, Paul.J, *et al.*, *Impact Evaluation In Practice*. Washington DC: World Bank, 2010.
- Hadi, Nor. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- MA, Morissan. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- ND, Dr . Mukti Fajar *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.

SKRIPSI

- Paseru, Yansen. “Evaluasi Program *Community Relations* PT Badak NGL Bontang, Kalimantan Timur dalam Membina Hubungan Baik dengan Komunitas Sebagai Bentuk Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”, (Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional, 2008).
- Yuliana, Hindun. “Evaluasi Program Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*) Humas Perusahaan Mie Sohun PD. Mujur Jaya Cilacap,” (Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Poitik Universitas Pembangunan Nasional, 2013).

INTERNET

- “ISO 26000”. <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm> diakses 22 Oktober 2014.