

**JURNAL CYBER PR**  
**Fakultas Ilmu Komunikasi**  
**Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)**

**Implementasi *Corporate Philanthropy* PT. Petromine Energy Trading  
dalam Program CSR "Bantu Tetanggamu"**

**Hamsinah, Aldi Noufal Rahman, Dian Ismi Islami, Mochammad Muminto Arief**

Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)  
Jl. Hang Lekir I No 8, Gelora, Jakarta Pusat, Indonesia

\*Email Korespondensi: aldinoufal1705@gmail.com

**Abstract-** *Corporate social responsibility is one of social responsibilities executed by PT. Petromine in "Bantu Tetanggamu" program. PT. Petromine implements corporate philanthropy form based on an adjustments with the community. Corporate philanthropy helps companies in achieving the goals and reach of predetermined programs. This research purpose is to learn the cause of corporate philanthropy form implementation by PT. Petromine in "Bantu Tetanggamu" program, how it was implemented, and the implementation obstacles. This research uses constructivism paradigm by qualitative approach with descriptive type and case study method by in-depth interview method to collect the data. The object of this research is "Bantu Tetanggamu" program and the subject of this research is practitioners of "Bantu Tetanggamu" program. Researcher use source triangulation to verify data validity and Miles & Huberman technique to analyze the data. The research results state that corporate philanthropy is a suitable implementation of corporate social responsibility to achieve the goals and determined program range. This activity implemented by involving all employees in distributing food packages to the community around their residences. An obstacle in the implementation of "Bantu Tetanggamu" program is maintenance the quality of every item in the distribution of food packages until it is accepted by the community.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility; Corporate Philanthropy; "Bantu Tetanggamu"*

**Abstrak-** *Corporate social responsibility merupakan salah satu tanggung jawab sosial yang dilaksanakan oleh PT. Petromine dalam program "Bantu Tetanggamu". Dalam pelaksanaannya, PT. Petromine menerapkan bentuk corporate philanthropy berdasarkan pada penyesuaian program dengan masyarakat. Corporate philanthropy mampu membantu perusahaan dalam mencapai tujuan dan jangkauan program yang telah ditentukan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui alasan PT. Petromine memilih bentuk corporate philanthropy dalam pelaksanaan program "Bantu Tetanggamu", bagaimana bentuk tersebut diterapkan, serta hambatan dalam pelaksanaannya. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Pendekatan kualitatif digunakan pada penelitian ini dengan jenis deskriptif. Metode studi kasus diterapkan peneliti dengan pengumpulan data melalui metode wawancara mendalam. Objek penelitian ini adalah program "Bantu Tetanggamu" dan subjek penelitian merupakan praktisi program "Bantu Tetanggamu. Peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber sebagai teknik dalam menguji keabsahan data dan teknik Miles & Huberman dalam menganalisis data. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa corporate philanthropy merupakan penerapan corporate social responsibility yang sesuai dengan kapabilitas perusahaan guna mencapai tujuan dan jangkauan program yang telah ditentukan. Kegiatan tersebut diterapkan dengan melibatkan seluruh karyawan dalam mendistribusikan paket sembako kepada masyarakat sekitar tempat tinggal mereka. Hambatan dalam pelaksanaan program "Bantu Tetanggamu" adalah terjaganya kualitas setiap barang dalam paket sembako dalam pendistribusian hingga diterima oleh masyarakat.*

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility; Corporate Philanthropy; Bantu Tetanggamu*

## PENDAHULUAN

PT. Petromine Energy Trading (PET) merupakan salah satu anak perusahaan PT. Bakrie & Brothers Tbk, yang bergerak di bidang tambang, minyak dan gas. Suatu perusahaan memiliki tanggung jawab yang harus dipenuhi kepada seluruh publiknya, salah satunya adalah tanggung jawab sosial terhadap masyarakat. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan upaya perusahaan untuk menunjukkan kepeduliannya terhadap kepentingan publiknya secara luas serta memenuhi etika yang berlaku di masyarakat.

*Corporate social responsibility* sendiri merupakan kegiatan yang diatur dalam Undang-undang No. 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat 3 tentang perseroan terbatas (UUPT) (Yudhistira, 2023). Peraturan UUPT tersebut yang mendasari segala bentuk *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan untuk memberi perhatian lebih kepada kepentingan publiknya. PT. Petromine turut melaksanakan aktivitas *corporate social responsibility* guna memenuhi tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat, khususnya disekitar perusahaan beroperasi. Lokasi perusahaan yang terbagi di tiga lokasi pun menghasilkan tiga masyarakat yang berbeda. Oleh karena itu, PT. Petromine memiliki beberapa program *corporate social responsibility* yang bentuk dan pelaksanaannya telah disesuaikan dengan masyarakat yang termasuk dalam jangkauan program.

Terdapat beberapa aktivitas *corporate social responsibility* yang secara konsisten dilaksanakan oleh PT. Petromine dari tahun ke tahun, diantaranya adalah program “Safari Ramadan” dengan bentuk *corporate philanthropy* yang dilaksanakan di kantor cabang Balikpapan. Aktivitas *corporate social responsibility* juga dilaksanakan PT. Petromine di kantor cabang Sangata yang merupakan lokasi tanki penyimpanan minyak bumi dengan pemberdayaan masyarakat guna memberikan dampak positif dari hadirnya perusahaan di lingkungan mereka.

Aktivitas *corporate social responsibility* juga dilaksanakan PT. Petromine di kantor pusat Jakarta melalui beberapa program seperti sunatan massal hingga program beasiswa yang diberikan perusahaan kepada lulusan menengah atas yang berprestasi di sekitar perusahaan. Namun, terjadinya pandemi covid-19 sangat berdampak bagi masyarakat khususnya di bidang ekonomi. Tidak sedikit masyarakat yang kehilangan mata pencaharian hingga tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Oleh karena itu, perusahaan membentuk program “Bantu Tetanggamu” yang sekiranya mampu membantu kondisi masyarakat yang ada di sekitar atau terdekat.

PT. Petromine menyesuaikan aktivitas *corporate social responsibility* dengan situasi dan kondisi yang ada di masyarakat. Perusahaan merasa bahwa pandemi covid-19 paling berdampak pada kehidupan masyarakat di Jakarta. Untuk itu, perusahaan menentukan bahwa program “Bantu Tetanggamu” dilaksanakan di kantor pusat guna menerapkan prinsip perusahaan dalam aktivitas *corporate social responsibility*, yaitu “tidak menggarami lautan, melaikan menggarami ceruk – ceruk yang ada disekitar kita”.

Perusahaan menentukan jangkauan program berupa masyarakat sekitar tempat tinggal karyawan yang tersebar di seluruh Jakarta. Hal tersebut akan membantu perusahaan memiliki jangkauan program yang luas. Program “Bantu Tetanggamu” dilaksanakan dengan bentuk *corporate philanthropy* yang berupa bantuan langsung dari perusahaan kepada masyarakat berupa paket sembako yang berdampak langsung pada masyarakat.

Bantuan berupa bahan pokok tersebut merupakan upaya penyesuaian dari PT. Petromine untuk memenuhi kebutuhan yang ada di masyarakat. Pembagian tersebut disesuaikan berdasarkan situasi dan kondisi masyarakat yang ditentukan oleh pejabat setempat seperti ketua RT. Sejak masa pandemi, program “Bantu Tetanggamu” telah dilaksanakan secara rutin setiap tahun dengan jumlah paket yang konsisten bertambah setiap tahunnya.

Berdasarkan data dari Departemen CSR, Program “Bantu Tetanggamu” telah dilaksanakan PT. Petromine sebanyak enam kali dalam 5 tahun terakhir, dengan tahun pertamanya dilaksanakan sebanyak dua kali. Jumlah paket dan penerima yang meningkat di setiap tahunnya. Paket yang dibagikan pada program “Bantu Tetanggamu” 1 dan 2 berjumlah 2563 paket dengan isi sembako dan masker, sedangkan pada program “Bantu Tetanggamu” 6 berjumlah 3628 paket dengan isi sembako yang bernilai sebesar Rp. 236.500,- setiap paketnya. PT. Petromine juga membuka peluang bagi karyawan bila ingin berpartisipasi dalam menyumbang paket sembako yang bersifat sukarela

Kotler dan Lee menjabarkan bahwa terdapat enam pilihan yang dapat dipilih perusahaan dalam menjalankan *corporate social responsibility*. Keenam pilihan tersebut diantaranya adalah *cause promotions*, *cause-related marketing*, *corporate social marketing*, *corporate philanthropy*, *community volunteering* dan *socially responsible business practices* (Mutmainnah *et al.*, 2020). PT. Petromine memilih, *corporate philanthropy* dalam pelaksanaan Program “Bantu Tetanggamu”.

Carroll mendefinisikan *corporate philanthropy* sebagai aksi yang berupa tanggapan perusahaan terhadap harapan masyarakat pada perusahaan (Anita *et al.*, 2022). Kotler dan Lee mendefinisikan *corporate philanthropy* atau filantropi perusahaan adalah peran atau kontribusi perusahaan secara langsung, dan ditujukan kepada lembaga permasalahan sosial dan lembaga amal (Clara Irdyan Febrianny *et al.*, 2020). *Corporate Philanthropy* merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan menyumbang sejumlah dana atau barang secara cuma-cuma dalam menerapkan *corporate social responsibility*. *Corporate philanthropy* bersifat sukarela yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan manusia.

Howard R. Bowen dalam bukunya yang berjudul “*Social Responsibilities of the Businessmen*” mendefinisikan *corporate social responsibility* merupakan suatu kewajiban perusahaan untuk membuat kebijakan, suatu keputusan, dan tindakan untuk mencapai tujuan yang objektif serta nilai-nilai dari masyarakat (Primandita Fitriandi, 2020). Kotler dan Lee mendefinisikan *corporate social responsibility* sebagai suatu konsep yang berupa komitmen suatu perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial di masyarakat melalui praktik bisnis yang baik dan kontribusi dari sumber daya perusahaan (Yudho Wibowo *et al.*, 2023). Perusahaan mampu mengupayakan kesejahteraan sosial dan mampu untuk bertindak selaku penyelenggara kesejahteraan sosial.

Archie B. Carroll membagi *corporate social responsibility* kedalam empat aspek terpusat dalam *The Pyramid of Corporate Social Responsibility*. Aspek tersebut terdiri dari *economic responsibilities*, *legal responsibilities*, *ethical responsibilities*, *philanthropy responsibilities*. *Philanthropy responsibilities* atau tanggung jawab filantropi mengartikan perusahaan menerapkan *corporate social responsibility* dalam upaya mementingkan masyarakat dan lingkungan. Aspek *philanthropy responsibilities* menempati level tertinggi dalam piramida Carroll (Kusumawati & Yuanjaya, 2023).

Program “Bantu Tetanggamu” diterapkan oleh PT. Petromine dengan konsep yang unik dan menarik. PT. Petromine menyebut program “Bantu Tetanggamu” sebagai sebuah aktivitas *corporate social responsibility* yang visioner dan berbeda dengan program perusahaan lain. Konsep unik tersebut dibentuk dalam upaya PT. Petromine mengamalkan prinsip yang dianut oleh PT. Bakrie & Brothers.

PT. Bakrie & Brothers Tbk, memiliki tiga filosofi yang dianut dalam beroperasi, yaitu bakrie, bermanfaat, dan orang banyak. Selaku anak perusahaan, PT. Petromine menganut dan menerapkan filosofi tersebut dalam pelaksanaan aktivitas *corporate social responsibility*. Program “Bantu Tetanggamu” dibentuk dan dilaksanakan dengan bentuk *corporate philanthropy* yang sesuai dengan filosofi yang dianut perusahaan.

Program “Bantu Tetanggamu” telah dilaksanakan PT. Petromine secara konsisten dengan jumlah paket yang bertambah serta jangkauan yang semakin luas setiap tahunnya. Hal tersebut merupakan hasil dari respon positif dari masyarakat yang menerima bantuan program. Sebuah kegiatan *corporate social responsibility* yang berdampak positif pada masyarakat, akan memberi dampak positif pula pada perusahaan.

Kegiatan *corporate social responsibility* merupakan investasi jangka panjang bagi perusahaan. Oleh karena itu, PT. Petromine melaksanakan program “Bantu Tetanggamu” dengan konsep unik dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas sosial masyarakat sekitar perusahaan, serta menumbuhkan rasa kepekaan antar sesama.

Adanya program “Bantu Tetanggamu” merupakan bentuk PT. Petromine dalam mengimplementasikan prinsip yang dianut oleh PT. Bakrie & Brother secara turun menurun, yaitu “setiap rupiah yang dihasilkan oleh Bakrie harus bermanfaat bagi orang banyak”. Dari kutipan diatas, PT. Petromine melaksanakan program “Bantu Tetanggamu” untuk berperan dan menunjukkan bahwa perusahaan peduli dengan keadaan lingkungannya, sehingga keberadaan perusahaan juga dapat memberikan manfaat bagi masyarakat.

*Corporate social responsibility* merupakan salah satu wujud dari fungsi kehumasan. Cutlip & Center mendefinisikan humas sebagai suatu fungsi manajemen yang bertujuan untuk membentuk serta menjaga keharmonisan hubungan antara perusahaan dengan khalayak yang memiliki pengaruh dalam keberhasilan atau kegagalan perusahaan (Budianto *et al.*, 2020). Humas merupakan fungsi manajemen yang bertujuan untuk membentuk dan memelihara hubungan baik serta saling pengertian antara kedua pihak antara organisasi dengan masyarakat. Humas merupakan salah satu aspek terpenting suatu perusahaan atau organisasi. Rex Harlow dalam bukunya yang berjudul *A Working definion* membagi humas kedalam dua konsep. Pertama, humas sebagai *method of communication* yang menyatakan bahwa seluruh fungsi humas dapat dilakukan oleh seluruh individu di dalam perusahaan atau organisasi. Kedua, humas sebagai *state of being* yang menyatakan bahwa seluruh fungsi kehumasan dilaksanakan oleh biro, divisi atau lembaga kehumasan itu tersendiri (Mei *et al.*, 2024).

Tujuan dari tanggung jawab sosial dan lingkungan secara umum yaitu sebagai pemenuhan tanggung jawab sosial serta meningkatkan kepeduliannya terhadap masyarakat dan lingkungan. Yang mana dengan adanya Corporate Social Responsibility yang dilakukan perusahaan, perusahaan dapat untuk menciptakan nilai tambah, meningkatkan reputasi, peningkatan citra dan membangun hubungan yang lebih baik dengan komunitas (Wamea *et al.*, 2023).

Penelitian sejenis dilakukan oleh (Santoso & Larasati, 2020) dengan judul Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Mempertahankan Keberlanjutan Operasional Perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan memahami program *corporate social responsibility* program yang dilakukan PT. Saka Energi, serta bagaimana program tersebut di implementasikan oleh perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode berupa studi kasus. Konsep yang digunakan dalam membedah objek yang diteliti berupa konsep 3P (*Triple Bottom Line*) yang dikemukakan oleh John Elkington.

Hasil dari penelitian ini adalah PT. Saka Energi menggunakan prinsip dasar 3P dalam mengimplementasikan progam *corporate social responsibility*. Beberapa program yang dilaksanakan adalah Rumah Pintar, Beasiswa dan Bantuan, serta Saka Mengajar, Penyediaan Air Bersih, Ekowisata Mangrove, serta Kampung berseri. Beberapa program yang termasuk dalam bentuk *corporate philanthropy* diantaranya adalah Rumah Pintar yang dilaksanakan dengan menyediakan fasilitas tempat belajar bagi anak – anak yang berasal dari keluarga tidak mampu di sekitar perusahaan. Selanjutnya terdapat program Beasiswa dan Bantuan yang merupakan bantuan langsung dari perusahaan kepada lulusan SMA yang berprestasi untuk melanjutkan pendidikan di Akademi Migas. Program selanjutnya yang menerapkan bentuk

*corporate philanthropy* adalah Saka Mengajar yang dilaksanakan dengan memberi edukasi perihal minyak dan gas kepada siswa sekolah dasar hingga menengah pertama, termasuk alat peraga mengenai minyak dan gas.

Penelitian sejenis lainnya juga dilakukan oleh (Razali & Hidayat, 2022) dengan judul *Strategy and Function of Perfect Health's Public Relations Activities in Enhancing a Positive Image through Philanthropic Corporate Social Responsibility*. Penelitian bertujuan untuk mengetahui dan memahami aktivitas *corporate social responsibility* berbasis filantropi dapat meningkatkan citra positif perusahaan, serta untuk memahami bagaimana program tersebut dilaksanakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pada penelitian ini konsep *corporate philanthropy* serta piramida CSR Carroll digunakan untuk membedah objek penelitian.

Hasil dari penelitian ini adalah pelaksanaan aktivitas *corporate social responsibility* berbasis *corporate philanthropy* mampu memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan. Basis Filantropi dalam pelaksanaan *corporate social responsibility* memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan nilai perusahaan serta nilai yang ada di masyarakat. Bentuk *corporate philanthropy* diterapkan dalam berbagai aspek, diantaranya adalah aspek keagamaan berupa bantuan kepada anak yatim, mengadakan buka puasa bersama, serta mengadakan kompetisi hafiz Qur'an. Dalam aspek edukasi, berupa sumbangan buku serta adanya beasiswa bagi anak yang berprestasi. Dalam aspek sosial, bentuk tersebut diterapkan dalam pembangunan jalan yang mampu membantu aktifitas masyarakat sehari-hari.

Dari pendahuluan diatas, artikel ini bertujuan untuk mengetahui serta memahami penerapan bentuk *corporate philanthropy* dalam program "Bantu Tetanggamu" sebagai aktivitas *corporate social responsibility* yang dilaksanakan oleh PT. Petromine.

## METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini, paradigma yang digunakan berupa konstruktivisme yang memandang bahwa sebuah kenyataan dibentuk berdasarkan hasil konstruksi pikiran manusia itu sendiri, sehingga bersifat ganda dan tidak dapat digeneralisasikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode berupa studi kasus. Yin menyatakan bahwa metode studi kasus merupakan metode yang sangat tepat untuk penelitian dengan inti pertanyaan "bagaimana" (*how*) dan "mengapa" (*why*) (Yin, 2023:12).

Metode pengumpulan data pada penelitian ini berupa wawancara mendalam yang dilaksanakan secara terstruktur. Objek dari penelitian ini adalah program "Bantu Tetanggamu" yang merupakan aktivitas *corporate social responsibility* PT. Petromine. Subjek pada penelitian ini merupakan praktisi yang terlibat sebagai pelaksana dalam program "Bantu Tetanggamu". Subjek tersebut ditentukan berdasarkan teknik *purposive sampling* yang merupakan orang yang dianggap paling memahami atau mengetahui mengenai objek yang akan diteliti (Sugiyono, 2016:52-54).

Pada penelitian ini, teknik yang digunakan untuk menguji keabsahan data berupa teknik triangulasi sumber. Dalam menganalisis data, teknik yang digunakan berupa teknik yang disampaikan oleh Miles dan Huberman meliputi reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), serta penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*) (Sugiyono, 2016:91).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

*Corporate social responsibility* merupakan salah satu bentuk tanggung jawab yang dimiliki oleh suatu perusahaan terhadap publiknya. Dalam pelaksanaannya, program *corporate social responsibility* akan berdampak positif baik bagi perusahaan sebagai penyelenggara, serta masyarakat sebagai sasaran program.

Cutlip & Center menyatakan bahwa konsep humas sebagai fungsi manajemen dengan tujuan untuk membentuk dan menjaga keharmonisan antara perusahaan dengan seluruh publiknya yang dapat mempengaruhi keberhasilan operasi suatu perusahaan (Budianto *et al.*, 2020). Aktivitas *corporate social responsibility* merupakan salah satu fungsi kehumasan yang digunakan perusahaan sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan khalayaknya.

Pernyataan diatas sejalan dengan program “Bantu Tetanggamu” yang dilaksanakan dengan menerapkan bentuk *corporate philanthropy* guna menyesuaikan program dengan kebutuhan dan keinginan yang ada di masyarakat. Terpenuhinya hal tersebut akan berdampak pada terbentuk dan terjaganya keharmonisan hubungan antara perusahaan dengan masyarakat.

Fungsi humas terbagi menjadi dua konsep dalam pelaksanaannya, hal tersebut dinyatakan Rex Harlow. Konsep yang pertama adalah humas sebagai *method of communication* yang menyatakan bahwa seluruh fungsi kehumasan dapat dilaksanakan oleh seluruh individu atau divisi dalam sebuah perusahaan, tidak harus melalui biro kehumasan. Konsep kedua adalah humas sebagai *state of being* yang menyatakan bahwa seluruh fungsi kehumasan perusahaan dilaksanakan oleh lembaga kehumasan tersendiri (Mei *et al.*, 2024).

Konsep humas sebagai *method of communication* tersebut sejalan dengan PT. Petromine yang melaksanakan seluruh aktivitas *corporate social responsibility* melalui Departemen CSR. Program dibentuk dan diselenggarakan oleh Departemen CSR yang nantinya melibatkan Departemen General Affair untuk pengadaan logistik yang diperlukan serta melibatkan karyawan dalam pelaksanaan program *corporate social responsibility*.

Menurut Cutlip, Center dan Broom, humas memiliki enam ruang lingkup, diantaranya adalah publisitas, pemasaran, *public affairs*, manajemen isu, lobi, serta hubungan investor (Mareta Puri Rahastine, 2021). Ruang lingkup humas dalam *public affairs* adalah dalam beroperasi, sebuah perusahaan harus mampu menjaga, dan membangun hubungan yang harmonis dengan seluruh pemangku kepentingan. Masyarakat merupakan salah satu pemangku kepentingan yang keharmonisan hubungannya harus dijaga oleh perusahaan.

PT. Petromine melaksanakan *corporate social responsibility* dengan menerapkan bentuk *corporate philanthropy* guna menyesuaikan dengan masyarakat di seluruh cabang perusahaan. Kesesuaian bentuk program dengan kebutuhan masyarakat tersebut diterapkan oleh PT. Petromine guna membentuk dan menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat yang juga merupakan pemangku kepentingan.



Gambar 1. Pelaksanaan Program “Bantu Tetanggamu”  
(Sumber: Departemen CSR PT. Petromine)

Program “Bantu Tetanggamu” merupakan wujud dari pelaksanaan aktivitas *corporate social responsibility* yang dilaksanakan oleh PT. Petromine. Oleh karena itu, pelaksanaan

program *corporate social responsibility* harus didasari oleh tujuan dan jangkauan yang ditentukan secara matang guna melahirkan program yang berdampak positif bagi penyelenggara maupun penerima program.

Menurut Howard R. Bowen, *corporate social responsibility* merupakan suatu aktivitas yang menjadi kewajiban bagi perusahaan dalam bentuk suatu kebijakan, keputusan, atau kegiatan yang bertujuan untuk mencapai nilai – nilai yang berlaku di masyarakat (Primandita Fitriandi, 2020).

Pandangan Howard R. Bowen tersebut sejalan dengan tujuan PT. Petromine melaksanakan aktivitas *corporate social responsibility* sebagai pelaksanaan tanggung jawab sosial yang dimiliki perusahaan kepada masyarakat, khususnya masyarakat sekitar perusahaan beroperasi. PT. Petromine melibatkan karyawan guna memperluas jangkauan serta menumbuhkan rasa kepekaan antar sesama, hal tersebut juga diterapkan dalam program "Bantu Tetanggamu".

Menurut Wibisono, pelaksanaan aktivitas *corporate social responsibility* memiliki beragam manfaat yang bisa dirasakan oleh berbagai pihak, diantaranya adalah perusahaan, masyarakat, lingkungan, serta negara (Sri Ardani & Mahyuni, 2020). Bagi perusahaan tersendiri, manfaat yang bisa dirasakan dari pelaksanaan *corporate social responsibility* adalah tumbuhnya nama baik perusahaan serta terjaganya kestabilan perusahaan dalam beroperasi. Bagi masyarakat, manfaat yang bisa dirasakan berupa terpenuhinya kebutuhan dan harapan, serta meningkatkan kesejahteraan.

Hal tersebut sejalan dengan PT. Petromine yang melaksanakan aktivitas *corporate social responsibility* dengan menekankan aspek manfaat yang bisa dirasakan oleh masyarakat. Hal tersebut dipenuhi dengan kesesuaian antara program dan masyarakat. Terpenuhinya kebutuhan dan harapan masyarakat tersebut akan berdampak positif baik bagi masyarakat serta perusahaan. Untuk PT. Petromine sendiri, dampak positif dari pelaksanaan *corporate social responsibility* berupa operasi perusahaan terjaga dengan stabil.

Archie B. Carroll menyatakan bahwa terdapat empat aspek utama dalam Piramida CSR yang melandasi penerapan aktivitas *corporate social responsibility*, diantaranya adalah *economic responsibilities*, *legal responsibilities*, *ethical responsibilities*, serta *philanthropic responsibilities* (Kusumawati & Yuanjaya, 2023). *Philanthropic responsibilities* merupakan aspek paling utama dalam pelaksanaan *corporate social responsibilities*. Aspek tersebut berupa kepedulian perusahaan yang berbentuk bantuan langsung terhadap masyarakat.

Aspek tersebut sesuai dengan program *corporate sosial responsibility* "Bantu Tetanggamu" yang menerapkan bentuk *corporate philanthropy* dalam pelaksanaannya. PT. Petromine memilih bentuk tersebut karena dapat dilaksanakan secara cepat, serta mampu memperluas jangkauan program. *Corporate Philanthropy* juga merupakan bentuk yang sesuai dengan kapabilitas perusahaan serta tujuan dari program. Bentuk tersebut memungkinkan dampak program bisa secara langsung dirasakan oleh masyarakat.

Pemilihan bentuk yang sesuai dengan tujuan dan jangkauan sangat berpengaruh pada keberhasilan program *corporate social responsibility*. *Corporate philanthropy* merupakan salah satu bentuk yang dapat diterapkan dalam melaksanakan aktivitas *corporate social responsibility*. Bentuk tersebut dipilih oleh PT. Petromine untuk diterapkan dalam pelaksanaan aktivitas *corporate social responsibility* perusahaan, termasuk dalam program "Bantu Tetanggamu".

Philip Kotler dan Nancy Lee membagi *corporate social responsibility* kedalam beberapa bentuk, diantaranya adalah *cause promotion*, *cause-related marketing*, *corporate social marketing*, *corporate philanthropy*, *community volunteering*, *socially responsible business practices* (Kurnia et al., 2019). *Corporate philanthropy* merupakan bentuk yang

dilaksanakan perusahaan dengan memberi bantuan secara langsung kepada masyarakat, biasanya dalam bentuk amal, donasi, tunai, serta barang atau jasa.

PT. Petromine menerapkan *corporate philanthropy* dalam melaksanakan aktivitas *corporate social responsibility*, termasuk dalam program “Bantu Tetanggamu”. PT. Petromine memaknai *corporate philanthropy* sebagai sebuah bentuk yang paling sesuai dengan tujuan serta jangkauan dari program yang telah dibentuk oleh perusahaan. Bentuk tersebut memungkinkan perusahaan untuk menjangkau masyarakat dengan bantuan langsung, dan dapat dilaksanakan secara cepat dan terarah.

Archie B. Caroll menyatakan bahwa *corporate philanthropy* merupakan upaya yang bersifat sukarela dari perusahaan dalam bentuk bantuan yang bertujuan untuk memenuhi harapan masyarakat terhadap perusahaan. Bentuk ini juga bertujuan untuk memberi kesejahteraan kepada masyarakat (Burhanuddin et al., 2023). Dalam beroperasinya sebuah perusahaan, terdapat masyarakat sekitar yang termasuk dalam publik perusahaan tersebut.

Pernyataan Caroll mengenai *corporate philanthropy* sejalan dengan aktivitas *corporate social responsibility* yang dilaksanakan oleh PT. Petromine dalam program “Bantu Tetanggamu”. Penyesuaian pembentukan dan pelaksanaan program dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat dalam jangkauan program akan melahirkan program yang tepat secara guna dan secara sasaran. Keterlibatan karyawan juga memungkinkan program memiliki jangkauan yang luas, sehingga dampak positifnya bisa secara dirasakan masyarakat secara lebih luas.

Bagi penerima bantuan, pelaksanaan program “Bantu Tetanggamu” juga sejalan dengan penjelasan *corporate philanthropy* dari Caroll. Program ini sangat sesuai dengan apa yang dibutuhkan masyarakat serta dilaksanakan secara tepat sasaran. Pelaksanaan program ini sangat membantu masyarakat terlebih isi bantuan serta waktu pelaksanaan yang sesuai dengan momen masyarakat membutuhkan bantuan.

Pelaksanaan program “Bantu Tetanggamu” memiliki hambatan berupa terjaganya kualitas setiap barang dalam paket sembako. Penyediaan paket melalui berbagai vendor selaku pihak ketiga serta pengiriman ke daerah yang berbeda menjadi hambatan yang mampu mengurangi kualitas setiap barangnya. Setiap barang dalam paket sembako telah ditentukan dalam pembentukan program. Oleh karena itu, hambatan utama perusahaan berupa menjaga kualitas barang hingga diterima masyarakat.

*Corporate philanthropy* merupakan bentuk yang serupa dengan bentuk yang diterapkan dalam pelaksanaan *corporate social responsibility* pada penelitian (Santoso & Larasati, 2020) dalam program Saka Mengajar, Beasiswa, dan Rumah Pintar PT. Saka Energi serta pada penelitian (Razali & Hidayat, 2022) dalam beberapa program *philanthropy* Perfect Health.

## Pembahasan

### Analisis Legitimasi Dalam Pelaksanaan Program “Bantu Tetanggamu”

*Corporate social responsibility* merupakan tanggung jawab sosial yang dimiliki sebuah perusahaan terhadap publiknya. PT. Petromine melaksanakan aktivitas *corporate social responsibility* dengan tujuan untuk memberi dampak positif bagi masyarakat serta upaya perusahaan untuk menjaga kestabilan operasinya.

Dowling & Pfeffer menyatakan bahwa berjalan dan berkembang sebuah perusahaan bergantung pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan seluruh pemangku kepentingan. Teori ini berdasar pada adanya perjanjian sosial antara perusahaan dengan masyarakatnya (Indah & Risma Deviyati, 2022). Dalam beroperasinya suatu perusahaan, sikap masyarakat sekitar terhadap kehadiran perusahaan sangat berpengaruh pada keberlangsungan perusahaan. Masyarakat harus menerima dampak positif dari kehadiran perusahaan di

lingkungan mereka, hal tersebut dapat dicapai dengan melaksanakan *corporate social responsibility*.

Pernyataan tersebut sejalan dengan tujuan pelaksanaan *corporate social responsibility* yang dilaksanakan oleh PT. Petromine yang berupa sarana bagi perusahaan untuk berkontribusi kepada masyarakat dengan memenuhi kebutuhan dan harapannya. PT. Petromine juga melaksanakan program tersebut untuk membangun dan menjaga keberlangsungan perusahaan. Dengan menerapkan aktivitas *corporate social responsibility*, kebutuhan masyarakat sebagai publik perusahaan pun terpenuhi. Pelaksanaan program tersebut akan memberi manfaat di masyarakat terhadap eksistensi perusahaan di lingkungan mereka.

Deegan menyatakan bahwa terdapat konsep kontrak sosial sebagai bentuk legitimasi antara perusahaan dengan masyarakat. Keberlangsungan dan kestabilan operasi sebuah perusahaan bergantung pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat sekitar perusahaan (vivianita *et al.*, 2020).

Pelaksanaan program “Bantu Tetanggamu” senada dengan pernyataan Deegan diatas, bahwa program “Bantu Tetanggamu” telah dilaksanakan rutin setiap tahunnya dengan bantuan berupa sembako yang diberikan kepada masyarakat. Bantuan sembako tersebut sangat sesuai dengan kebutuhan yang ada di masyarakat. Pelaksanaan program memberikan dampak yang bisa langsung dirasakan oleh masyarakat. Program ini sekaligus memberi dampak positif yang dirasakan masyarakat terhadap adanya perusahaan di lingkungan mereka.

Menurut Gray *et al.*, Teori legitimasi juga merupakan sebuah sistem pengelolaan perusahaan dengan mengorientasikan keberpihakan perusahaan kepada masyarakat. (Pratama & Wijayanti, 2022). Dalam beroperasi, sebuah perusahaan harus mampu memenuhi harapan dari seluruh *stakeholdernya*. Hal tersebut dapat berupa keberpihakan perusahaan kepada masyarakat melalui pelaksanaan *corporate social responsibility*.

Hal tersebut sejalan dengan pembentukan program *corporate social responsibility* dengan menyesuaikan kebutuhan dan keinginan masyarakat. PT. Petromine mementingkan aspek manfaat pada masyarakat dari pelaksanaan *corporate social responsibility*, termasuk dalam program “Bantu Tetanggamu”. Program tersebut dijalankan sebagai sarana perusahaan untuk berkontribusi membantu masyarakat. Bila dampak positif program dapat dirasakan oleh masyarakat, maka perusahaan juga akan merasakan respon positif dari masyarakat.

Pernyataan tersebut sesuai dengan apa yang dirasakan oleh masyarakat sebagai penerima bantuan dari program “Bantu Tetanggamu”. Program tersebut sangat sesuai dengan kebutuhan dan harapan yang ada pada masyarakat. Penerima bantuan sangat merasakan manfaat dari kehadiran PT. Petromine di lingkungan mereka.

### **Penerapan Program “Bantu Tetanggamu” Terhadap Stakeholder PT. Petromine**

Program “Bantu Tetanggamu” digunakan oleh PT. Petromine sebagai pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Program ini awalnya dibentuk sebagai wujud dari simpati perusahaan terhadap kondisi masyarakat dalam menghadapi masa pandemi, khususnya masyarakat sekitar tempat tinggal karyawan. Maka, perusahaan melaksanakan program “Bantu Tetanggamu” dengan menjadikan masyarakat sekitar tempat tinggal karyawan sebagai jangkauan dan menjadikan karyawan sebagai penyalur paket.

Freeman menyatakan bahwa *stakeholder* merupakan dasar dari beroperasinya sebuah perusahaan. Maka, sebuah perusahaan harus membangun dan menjaga hubungan yang harmonis dengan seluruh pemangku kepentingannya (Dachi & Djakman, 2020). Teori ini menyatakan bahwa seluruh *stakeholder* sama pentingnya dalam keberlangsungan sebuah perusahaan.

Pernyataan Freeman sejalan dengan PT. Petromine yang menjadikan program “Bantu Tetanggamu” sebagai upaya perusahaan untuk membentuk hubungan yang harmonis dengan

publiknya, khususnya masyarakat sekitar perusahaan. Pelaksanaan program yang melibatkan seluruh karyawan juga akan berdampak positif baik bagi perusahaan, serta bagi diri karyawan itu sendiri. Hal tersebut juga upaya dari perusahaan untuk memberi peluang bagi karyawan dalam berperan membantu masyarakat.

Menurut Gray *et al.*, teori mendasari perusahaan dalam mengelola bahwa hubungan yang optimal antara perusahaan dengan setiap pemangku kepentingannya merupakan hal yang mendasari operasi sebuah perusahaan. Setiap pemangku kepentingan sama pentingnya dan memiliki keterkaitan satu sama lain dalam beroperasinya sebuah perusahaan (Pratama & Wijayanti, 2022).

Pelaksanaan Program “Bantu Tetanggamu” sangat sesuai dengan pernyataan tersebut. Program dibentuk berdasarkan hal yang menjadi kebutuhan serta keinginan di masyarakat. Terpenuhinya kebutuhan dan keinginan masyarakat tersebut akan berdampak positif bagi perusahaan, masyarakat akan merasakan manfaat dari terlaksananya program serta kehadiran perusahaan di lingkungan mereka.

Program ini dilaksanakan dengan konsep yang berbeda, yaitu melibatkan karyawan dalam mendistribusikan paket kepada masyarakat sekitar tempat tinggal mereka, sehingga jangkauan program ini semakin luas. Keterlibatan karyawan tersebut juga akan berdampak positif bagi diri karyawan itu tersendiri, yaitu terbentuknya keharmonisan hubungan antara perusahaan dengan karyawan, serta karyawan dengan masyarakat. Keterlibatan ini juga akan menumbuhkan rasa kepekaan antar sesama di lingkungan perusahaan.

## SIMPULAN

Simpulan dari penelitian ini menyatakan bahwa dalam pelaksanaan program “Bantu Tetanggamu”, PT. Petromine memilih menerapkan bentuk *corporate philanthropy* berdasarkan pada kesesuaian kapabilitas perusahaan dalam mencapai tujuan serta jangkauan program yang telah ditentukan. Terpenuhinya kebutuhan dan keinginan masyarakat dapat membentuk hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat dalam jangkauan program, sehingga mampu menjaga kestabilan operasi perusahaan. Dalam penerapan program “Bantu Tetanggamu”, PT. Petromine menerapkan *corporate philanthropy* dengan membentuk program berdasarkan kebutuhan dan keinginan masyarakat dalam jangkauan program yang berupa masyarakat sekitar tempat tinggal karyawan. Perusahaan melibatkan seluruh karyawan yang bekerja sama dengan pejabat setempat dalam mendistribusikan paket secara terarah kepada masyarakat di sekitar tempat tinggal mereka. Jangkauan program yang luas tersebut dipenuhi oleh perusahaan dengan menggunakan pihak ketiga berupa vendor sebagai penyedia barang dalam paket sembako yang disesuaikan dengan daerah tempat tinggal karyawan. Hal tersebut menjadi hambatan utama dalam pelaksanaan program “Bantu Tetanggamu”, Perusahaan tidak mampu memastikan kualitas setiap barang dari beberapa vendor sesuai dengan kualitas yang ditentukan perusahaan.

Pelaksanaan program “Bantu Tetanggamu” memiliki jangkauan program yang luas dan tersebar di seluruh pemukiman karyawannya. Oleh karena itu, penyediaan serta pendistribusian paket harus dikoordinasikan dengan lebih baik oleh PT. Petromine guna menjaga kualitas setiap barang dalam paket sembako, sehingga kualitas barang yang diterima oleh masyarakat sesuai dengan yang ditentukan oleh perusahaan. Untuk kedepannya PT. Petromine mampu menambah kuantitas paket serta memperluas jangkauan dari pelaksanaan program “Bantu Tetanggamu”.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anita, R., Neneng Salmiah, Intan Adino, & Muhammad Rasyid Abdillah. (2022). Filantropi Perusahaan: Sebuah Reviu Literatur dan Arah Penelitian Masa Depan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 4(1), 68–75. <https://doi.org/10.31849/jmbt.v4i1.10621>
- Budianto, A. A., Hairunnisa, & Boer, kheyene M. (2020). Peran Humas PT. Multi Harapan

- Utama Dalam Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR ) Di Kecamatan Loa Kulu kabupaten Kutai Kartanegara. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 234–248.
- Clara Irdyan Febrianny, Unggul Purwohedi, & Dwi Handarini. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Asing, dan Keberadaan Wanita Dalam Dewan Direksi Terhadap Nilai Filantropi Perusahaan. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 1(1), 123–132. <https://doi.org/10.21009/japa.0101.09>
- Dachi, C. S., & Djakman, C. D. (2020). Penerapan Stakeholder Engagement dalam Corporate Social Responsibility: Studi Kasus Pada Rumah Sakit Mata X. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 291–306.
- Kurnia, A., Shaura, A., & Raharjo, S. T. (2019). SUSTAINABLE DEVELOPMENT DAN CSR. *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 231–237.
- Kusumawati, P., & Yuanjaya, P. (2023). *C orporate Social Responsibility Bank BPD DIY Dalam Program Rehabilitasi Sosial Rumah Tidak Layak Huni ( RTLH ) Di Kabupaten Kulon Progo CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BANK BPD DIY IN THE SOCIAL REHABILITATION Keberadaan Rumah Tidak Layak Huni ( RTLH . 08.*
- Mareta Puri Rahastine. (2021). Analisa Peranan dan Fungsi Public Relation Baitulmaal Munzalan Indonesia dalam Publikasi Gerakan Infaq Beras Jakarta. *EJournal Komunikasi*, 12(1), 85–90.
- Mei, N., Ananda, V., Sakdiyah, N., Nasheh, A. Q., Khikmah, A., Lutfiana, S., & Chotimah, C. (2024). *Perbedaan Humas Dan Kajian Lain Program Studi Manajemen Pendidikan Islam , Universitas Islam Negeri Sayyid Ali. 2(3).*
- Mutmainnah, M., Widodo, A. S., Dimyati, A., Dhiani, H. P., & Wardani, S. (2020). Aplikasi Social Responsibility: Kegiatan Bakti Sosial Dalam Masa Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Kukusan Rt 06 Rw 05 Kecamatan Beji Kota Depok Jawa Barat 16425. *Dedikasi Pkm*, 1(3), 33. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v1i3.6682>
- Pratama, H., & Wijayanti, R. (2022). Pengungkapan Perubahan Iklim : Faktor Penentu dan Konsekuensinya Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Qien*, 10(1), 472–478.
- Primandita Fitriandi. (2020). *Bunga Rampai Keuangan Negara : Kontribusi Pemikiran Untuk Indonesia*. Politeknik Keuangan Negara STAN.
- Razali, G., & Hidayat, R. (2022). Strategy and Function of Perfect Health's Public Relations Activities in Enhancing a Positive Image through Philanthropic Corporate Social Responsibility. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 7(1), 56–62. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v7i1.616>
- Santoso, P. Y., & Larasati, A. (2020). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Mempertahankan Keberlanjutan Operasional Perusahaan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 241–250.
- Sri Ardani, N. K., & Mahyuni, L. P. (2020). Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Manfaatnya Bagi Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), 12. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i1.2339>
- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- vivianita, A., Nafasati, F., & indudewi, D. (2020). Pengaruh Environmental Performance Terhadap Firm Value Dengan Female Commissioner Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei 2016-2018). *Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi*, 2(2), 99–106. <https://doi.org/10.33019/ijab.v2i2.30>
- Wamea, J., Islami, D., & Srisadono, W. (2023). Implementasi CSR PT. Pertamina Retail Dalam Program Pertamina Retail Peduli Stunting. *Jurnal Cyber PR*, 3(2), 139. <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v3i2.3771>
- Yin, R. K. (2023). *STUDI KASUS DESAIN & METODE* (N. Duniawati (ed.)). Penerbit Adab.

- Yudhistira. (2023). *Apa itu CSR Perusahaan? Dasar Hukum, Dana, dan Contohnya*. Bhinneka.Com.
- Yudho Wibowo, Alief Indra Pratama, Dimas Aji Prastyo, & Maya Lutviana. (2023). Implementasi Program Corporate Social Responsibility di PT. Pertamina Patra Niaga Soekarno Hatta Fuel Terminal & Hydrant Installation (SHAFTHI). *Mutiara: Multidiciplinary Scientifict Journal*, 1(8), 324–331. <https://doi.org/10.57185/mutiara.v1i8.56>