

STRATEGI IMPLEMENTASI CSR INDUSTRI KIMIA

Studi pada PT Chandra Asri Petrochemical, Tbk

**Fatah Sulaiman
Anis Fuad
Rahmatullah**



STRATEGI IMPLEMENTASI CSR INDUSTRI KIMIA
Studi pada PT Chandra Asri Petrochemical, Tbk
© Fatah Sulaiman, Anis Fuad, dan Rahmatullah

All right reserved

Hak cipta dilindungi Undang-Undang.
Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari penulis/penerbit.

Cetakan Pertama:
Oktober 2019

Editor:
Untirta Press

Desain Sampul & Tata Letak:
Desma Yuliadi Saputra

Strategi Implementasi CSR Industri Kimia:
Studi pada PT Chandra Asri Petrochemical/
Sulaiman, Fatah, Anis Fuad, dan Rahmatullah
UNTIRTA PRESS
vi +72 hlm.: 16 x 24 cm

Diterbitkan oleh
Untirta Press anggota APPTI
(Asosiasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia)
Jl. Raya Jakarta, Km. 4, Telp. (0254) 280330 Ext 111 Serang
E-mail: up@untirta.ac.id
Website: <http://www.up.untirta.ac.id>

ISBN 978-602-5587-59-7

PRAKATA

Sebagai perusahaan besar yang tumbuh dan berkembang bersama masyarakat, PT Chandra Asri Petrochemical Tbk (PT CAP) merupakan industri petrokimia yang memanfaatkan teknologi dan fasilitas pendukung canggih kelas dunia, memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan pemberdayaan masyarakat sekitar dengan cara membina dan membantu masyarakat dalam rangka memperbaiki perekonomiannya melalui program tanggungjawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pelaksanaan program CSR PT CAP merupakan mandatori dari (1) Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas; dan (2) Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan; serta mempedomani *Social Responsibility - Discovering ISO 26000*.

Sebagai industri petrokimia terbesar di Indonesia, kiprah penyelenggaraan CSR PT CAP perlu dijadikan sebagai referensi *best practice* bagi industri petrokimia lain

yang ada di Indonesia. Sehingga keberadaan industri petrokimia tidak hanya menciptakan nilai bagi para pemegang saham tapi juga bagi masyarakat yang tinggal dilingkar perusahaan.

Buku Strategi Impementasi CSR Industri Kimia Studi Pada PT Chandara Asri Petrochemical (PT CAP) ini disusun untuk menjawab kebutuhan dunia industri khususnya sektor kimia mengenai bagaimana CSR dilenggarakan sesuai dengan kaidah, sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang bersama masyarakat. Buku ini diharapkan menjadi rujukan utama pelaku industri kimia dalam menyelenggarakan tanggungjawab sosialnya.

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	iii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II KONSEP DASAR CSR	5
2.1 Corporate Social Responsibility (CSR)	5
2.1.1 Corporate Citizenship	5
2.1.2 Landasan CSR	5
2.1.3 Kemitraan	7
2.1.4 Indikator Utama dalam Penyelenggaraan Program CSR	10
BAB III PROFIL PT CHANDRA ASRI PETROCHEMICAL TBK	13
3.1 Sekilas PT Chandra Asri Petrochemical Tbk	13
3.2. Visi dan Misi, Prinsip, Struktur dan Strategi Perusahaan	16

BAB IV PROGRAM CSR PT CAP	21
4.1 Gambaran Umum Program CSR PT CAP	21
4.2 Program CSR PT CAP	24
4.3 Kemandirian dan Keberlanjutan	31
4.4 Sertifikasi dan Penghargaan	31
4.5 Kerja Sama Program CSR	34
BAB V REVIU IMPLEMENTASI CSR PT CAP	35
5.1 Reviu Data Sekunder (Kesesuaian Program dengan Realisasi)	35
5.1.1 Visi dan Misi	35
5.1.2 Kebijakan Perusahaan	36
5.1.3 Penyelenggaraan Program Berdasarkan 22 Prinsip Community Development (CD)	38
5.1.4 Rencana Strategis CSR PT CAP	46
5.1.5 Struktur Organisasi	46
5.2 Evaluasi dan Kajian Kebutuhan Masyarakat Terhadap PT CAP	47
5.2.1 Evaluasi Keberadaan Perusahaan	47
5.2.2 Harapan Masyarakat Mengenai CSR di Masa Mendatang	52
BAB VI RENCANA STRATEGIS CSR	61
6.1 Rencana Strategis CSR PT CAP	61
6.1.1 Peletakan Dasar, Tahun 2016-2018	62
6.1.2 Penguatan, Tahun 2018-2020	64
6.1.3 Pengembangan, Tahun 2020-2022	65
6.1.4 Keberlanjutan, Tahun 2022-2025	67
6.2. Program Prioritas	69
DAFTAR PUSTAKA	71

BAB I

PENDAHULUAN

Dalam konteks pembangunan saat ini, keberhasilan suatu perusahaan bukan lagi diukur dari keuntungan bisnis semata, melainkan juga dilihat dari sejauhmana kepedulian perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Dalam bisnis apapun, prioritas utama adalah keberlanjutan usaha. Keberlanjutan tanpa ditopang kepedulian terhadap aspek lingkungan dan sosial, berpotensi menimbulkan aneka kendala baik berbentuk laten maupun manifes, yang tentunya akan menghambat pencapaian keuntungan perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan konsep pembangunan berkelanjutan, yakni pembangunan yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhan manusia saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi yang akan datang.

Mengapa keberlanjutan perusahaan ditentukan oleh aspek sosial dan lingkungan, bukan semata-mata keuntungan bisnis? dikarenakan aspek sosial dan lingkungan merupakan parameter untuk mengetahui apakah ada dampak positif atau negatif dari kehadiran perusahaan sebagai komunitas baru terhadap komunitas lokal (masyarakat

setempat). Selain itu perusahaan perlu mendapatkan izin lokal (*local license*), sebagai bentuk legalitas secara kultural jika keberadaannya diterima masyarakat.

Sebagai perusahaan besar yang tumbuh dan berkembang bersama masyarakat, PT Chandra Asri Petrochemical, Tbk. (PT CAP) merupakan industri petrokimia yang memanfaatkan teknologi dan fasilitas pendukung canggih kelas dunia, memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan pemberdayaan masyarakat sekitar dengan cara membina dan membantu masyarakat dalam rangka memperbaiki perekonomiannya melalui program tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Hal tersebut sejalan dengan prinsip PT CAP yaitu membantu kemajuan bisnis dan ekonomi melalui kegiatan bisnis perusahaan, menjalankan kebiasaan yang sehat, aman dan ramah lingkungan. PT CAP memiliki komitmen dalam menjaga kualitas produk, dengan memberikan pelayanan prima serta berkontribusi dalam pengembangan bisnis yang memperhatikan aspek sosial dan melestarikan lingkungan. Hal tersebut seiring dengan tujuan CSR perseroan:

1. Mewujudkan tanggung jawab moral terhadap lingkungan di sekitarnya, memberikan dukungan terhadap keberlanjutan usaha.
2. Menciptakan lingkungan yang kondusif dan harmonis antara perseroan dan masyarakat di sekitar wilayah kerja.
3. Mempromosikan niat baik (*good will*) dan membangun reputasi positif terhadap pemangku kepentingan.

Harapan dilaksanakannya program CSR PT CAP adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan, kesejahteraan dan kemandirian masyarakat dalam aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidup dengan memberikan kontribusi yang positif bagi pembangunan masyarakat sekitar. Aneka program CSR PT CAP telah dilakukan dalam kurun waktu 24 tahun sejak dimulainya produksi pertama *polypropylene* dengan kapasitas awal 160 Kilotones per anum (KTPA) pada Tahun 1992.

Sebagai industri petrokimia terbesar di Indonesia, kiprah penyelenggaraan CSR PT CAP perlu dijadikan sebagai referensi *best practice* bagi industri petrokimia lain yang ada di Indonesia. Sehingga keberadaan industri petrokimia tidak hanya menciptakan nilai bagi para pemegang saham tapi juga bagi masyarakat yang tinggal dilingkar perusahaan.

BAB II

KONSEP DASAR CSR

2.1 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

2.1.1 *Corporate Citizenship*

PT CAP tidak hanya menciptakan nilai bagi para pemegang saham tapi juga bagi masyarakat yang tinggal di lingkaran perusahaan. Perusahaan beroperasi dengan memelihara dan meminimalisasi dampak lingkungan, menghormati tradisi lokal dan mengembangkan hubungan baik dengan semua pemangku kepentingan khususnya masyarakat setempat.

2.1.2 *Landasan CSR*

Pada hakikatnya CSR adalah nilai atau jiwa yang melandasi aktivitas perusahaan secara umum, dikarenakan CSR menjadi pijakan komprehensif dalam aspek ekonomi, sosial, kesejahteraan dan lingkungan. Tidak etis jika nilai CSR hanya diimplementasikan untuk memberdayakan masyarakat setempat, di sisi lain kesejahteraan karyawan yang ada di dalamnya tidak terjamin, atau perusahaan tidak disiplin dalam membayar pajak, suburnya praktik korupsi dan kolusi, atau mempekerjakan anak.

Dalam aspek lingkungan misalnya, terdapat perusahaan-perusahaan yang berkontribusi dalam pencemaran terhadap alam, melakukan pemborosan energi, dan bermasalah dalam limbah. Bagaimanapun semua aspek dalam perusahaan, baik ekonomi, sosial, kesejahteraan dan lingkungan tidak bisa lepas dari koridor tanggung jawab sosial perusahaan. Oleh karena itu dalam CSR tercakup di dalamnya empat landasan pokok yang antara satu dengan yang lainnya saling berkaitan (Tanari, 2009), di antaranya:

- a. Landasan pokok CSR dalam aktivitas ekonomi, meliputi:
 - kinerja keuangan berjalan baik
 - investasi modal berjalan sehat
 - kepatuhan dalam pembayaran pajak
 - tidak terdapat praktik suap/korupsi
 - tidak ada konflik kepentingan
 - tidak dalam keadaan mendukung rezim yang korup
 - menghargai hak atas kemampuan intelektual/paten
 - tidak melakukan sumbangan politis/lobi
- b. Landasan pokok CSR dalam isu lingkungan hidup, meliputi:
 - tidak melakukan pencemaran
 - tidak berkontribusi dalam perubahan iklim
 - tidak berkontribusi atas limbah
 - tidak melakukan pemborosan air
 - tidak melakukan praktik pemborosan energi
 - tidak melakukan penyerobotan lahan
 - tidak berkontribusi dalam kebisingan
 - menjaga keanekaragaman hayati
- c. Landasan pokok CSR dalam isu sosial, meliputi:
 - menjamin kesehatan karyawan atau masyarakat yang terkena dampak
 - tidak mempekerjakan anak
 - memberikan dampak positif terhadap masyarakat
 - melakukan proteksi konsumen
 - menjunjung keanekaragaman
 - menjaga privasi

- melakukan praktik derma sesuai dengan kebutuhan
 - bertanggung jawab dalam proses *outsourcing* dan *off-shoring*
 - akses untuk memperoleh barang-barang tertentu dengan harga wajar
- d. Landasan pokok CSR dalam isu kesejahteraan
- memberikan kompensasi terhadap karyawan
 - memanfaatkan subsidi dan kemudahan yang diberikan pemerintah
 - menjaga kesehatan karyawan
 - menjaga keamanan kondisi tempat kerja
 - menjaga keselamatan dan Kesehatan Kerja
 - menjaga keseimbangan kerja/hidup

Secara sederhana CSR dapat diartikan sebagai tanggung jawab dan akuntabilitas sebuah perusahaan terhadap karyawannya, pemerintah, lingkungan, masyarakat secara luas dan masyarakat di sekitar operasinya serta komitmen perusahaan dalam percaturan bisnis global.

2.1.3 Kemitraan

Upaya perusahaan dalam meningkatkan peran dalam mendukung program pembangunan pemerintah, khususnya peningkatan kesejahteraan masyarakat, membutuhkan sinergi multipihak, baik dari pemerintah maupun komunitas masyarakat. Menurut Tenyson dalam Utama (2010), kemitraan adalah kesepakatan antar sektor di mana individu, kelompok atau organisasi sepakat bekerja sama untuk memenuhi sebuah kewajiban atau melaksanakan kegiatan tertentu, bersama-sama menanggung risiko maupun keuntungan dan secara berkala meninjau kembali hubungan kerja sama.

Berdasarkan pendapat tersebut, setidaknya terdapat 5 (lima) unsur dalam kemitraan, yaitu: **pertama**, adanya kesepakatan antar pihak dalam hal ini individu, kelompok maupun organisasi. **Kedua**, adanya kerja sama. Kesepakatan yang dibangun melahirkan kerja sama antar pihak didasarkan pada potensi yang dimiliki oleh masing-masing pihak. **Ketiga**, adanya kewajiban antar pihak. Kerja sama yang

dibangun melahirkan kewajiban antarpihak yang harus dipenuhi sesuai dengan tujuan kerja sama yang dibangun. **Keempat**, menanggung risiko maupun keuntungan. Kemitraan merupakan proses mencapai tujuan, yang secara ideal adalah lahirnya keuntungan antar pihak, di samping dalam prosesnya terdapat risiko berupa kerugian. **Kelima**, mengevaluasi hubungan kerja sama. Dalam kemitraan tidak bersifat permanen, hubungan yang ada akan dievaluasi atau ditinjau kembali didasarkan pada sejauhmana ketercapaian tujuan, sehingga pada saat tertentu kemitraan dapat dilanjutkan, ataupun diakhiri.

Kemitraan memiliki 3 (tiga) prinsip dalam pelaksanaannya. Wibisono (2007) merumuskan prinsip penting kemitraan, yaitu:

1. **Kesetaraan atau keseimbangan (*equity*)**. Pendekatannya bukan *top down* atau *bottom up*, bukan juga berdasarkan kekuasaan semata, namun hubungan yang saling menghormati, saling menghargai dan saling percaya. Untuk menghindari antagonisme perlu dibangun rasa saling percaya.
2. **Transparansi**. Transparansi diperlukan untuk menghindari rasa saling curiga antar mitra kerja.
3. **Saling menguntungkan**. Suatu kemitraan harus membawa manfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Selaian itu CSR tidak bisa lepas dari citra perusahaan (*corporate image*), sebab sudah umum diketahui bahwa ada 9 (sembilan) aspek yang merupakan unsur pembentuk citra dan reputasi perusahaan, yaitu:

1. Kemampuan finansial
2. Mutu produk dan layanan
3. Fokus pada pelanggan
4. Keunggulan dan kepekaan SDM
5. *Reliability*
6. Inovasi
7. Tanggungjawab lingkungan
8. Tanggungjawab sosial
9. Penegakan *Good Corporate Governance* (GCG)

Program CSR merupakan wujud tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat sekitar yang berada di wilayah operasi perusahaan. Inti dari CSR adalah manajemen perusahaan mempunyai kewajiban moral untuk berkontribusi membantu meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat setempat, di samping juga mencari untung (profit). Artinya dana CSR yang mencapai miliaran rupiah per tahun bukan pengeluaran yang sia-sia, buang-buang uang (*wasting money*) atau sebagai ungkapan 'belas kasihan' perusahaan (*shareholder*) terhadap masyarakat setempat. Dana tersebut merupakan investasi yang sejajar dengan investasi lain yang harus bermanfaat atau menguntungkan bagi perusahaan, baik secara finansial maupun non-finansial.

Untuk memenuhi tanggung jawab sosial sebagaimana tercermin dalam program CSR, terdapat 3 (tiga) hal penting yang harus menjadi perhatian perusahaan, yaitu:

- **Tujuan Pokok**, mencakup dua sasaran, yaitu:
 1. Memberdayakan masyarakat melalui pemberdayaan Lembaga Kemasyarakatan Desa (*local institution*) dan komunitas yang diorganisir dalam kelompok (*kelompok sasaran/target group*) agar meningkat modal sosial dan status sosial ekonominya dalam jangka panjang dan berkesinambungan.
 2. Membangun daerah agar memungkinkan kemampuan daerah berkembang secara baik.
- **Hubungan Kerja**, mencakup tiga pihak (*tripartit*), yakni perusahaan, pemerintah daerah, dan seluruh komponen dalam masyarakat setempat (*stakeholders*) yang dibangun dalam bentuk kesetaraan dan saling menguntungkan, serta mencakup pembagian peran dan tanggung jawab yang jelas.
- **Metode**, mencakup penyesuaian dengan keadaan di lapangan dan isu-isu sosial dan lingkungan yang dihadapi, persoalan pembebasan tanah misalnya memerlukan campur tangan langsung perusahaan dengan dorongan pemerintah daerah. Sementara untuk melaksanakan kegiatan program CSR, perusahaan dapat bekerja sama dengan pihak-pihak masyarakat yang profesional dan independen.

2.1.4 Indikator Utama dalam Penyelenggaraan Program CSR

Indikator yang perlu dipertimbangkan dalam implementasi Program CSR adalah sebagai berikut:

1. Hubungan antara perusahaan dengan masyarakat setempat dalam program CSR berupa pelacakan hubungan di antara keduanya, antara lain: adanya konsep yang jelas, cakupan program CSR harus meliputi berbagai aspek kehidupan, kesinambungan, serta proses perencanaan dan pelaksanaan program CSR yang melibatkan pemerintah daerah/desa dan berbagai komponen masyarakat.
2. Hubungan antara perusahaan dengan pemerintah daerah/desa dalam program CSR, berupa pelacakan hubungan di antara keduanya, antara lain keterkaitan program CSR dengan rencana pembangunan daerah/desa, porsi dana, pola kemitraan, dan peran serta lembaga kemasyarakatan desa dalam pelaksanaan program CSR.
3. Pembangunan fisik (*physical capacity building*); berupa pelacakan pembangunan fisik yang dilakukan perusahaan bagi masyarakat setempat, antara lain pembangunan infrastruktur, distribusi pembangunan, dan ketersediaan air bersih.
4. Pembangunan sosial (*Social Capacity Building*) berupa pelacakan kepedulian perusahaan terhadap sumber daya manusia lokal, antara lain penggunaan tenaga kerja setempat, peningkatan keterampilan dan proses perencanaan partisipatif.
5. Pembangunan ekonomi (*Economic Capacity Building*); berupa pelacakan tingkat kepedulian perusahaan terhadap ekonomi masyarakat setempat, antara lain bantuan permodalan, manajemen, teknologi, pemasaran, serta pengembangan institusi ekonomi dan hubungan secara *backward linkage* maupun *forward linkage*.
6. Lingkungan fisik (*physical environment*); berupa pelacakan kepedulian dan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan fisik antara lain program rehabilitasi lahan (reklamasi) dan sumber air, serta program peningkatan *food security*.

7. Pembangunan budaya dan aspek legal (*cultural and legal capacity building*); berupa pelacakan perlindungan perusahaan terhadap hak-hak masyarakat yang telah dijamin oleh undang-undang, antara lain: penguasaan tanah, aspek legal perlindungan masyarakat setempat, jaminan sosial ekonomi dan isu gender.

Indikator-indikator tersebut di atas akan sangat menentukan dalam menetapkan arah pengembangan program CSR yang akan dilaksanakan.

BAB III

PROFIL PT CHANDRA ASRI PETROCHEMICAL TBK

3.1 Sekilas PT Chandra Asri Petrochemical Tbk

PT Chandra Asri Petrochemical Tbk (CAP) merupakan perusahaan hasil merger antara PT Tri Polyta Indonesia Tbk (TPI) dan PT Chandra Asri (CA) pada 1 Januari 2011. TPI merupakan produsen Polypropylene terbesar di Indonesia dan didirikan pada tahun 1984. PT CAP merupakan produsen produk Olefins dan Polyethylene serta didirikan pada tahun 1989.

Setelah merger, PT CAP menjadi perusahaan publik petrokimia terbesar di Indonesia. Saat ini PT CAP dimiliki oleh dua pemegang saham utama, Barito Pacific Group dan SCG Chemicals Co., Ltd. (SCG), anak perusahaan dari SCG Group, Thailand.

PT CAP merupakan perusahaan petrokimia terbesar dan terintegrasi di Indonesia yang mengoperasikan satu satunya Naphtha Cracker berukuran skala dunia di Indonesia. Setelah selesainya proyek multi-years ekspansi Naphtha Cracker pada Desember 2015, sekarang CAP mampu meningkatkan produksinya hingga 43% yang ter-

diri atas produksi Ethylene sebesar 860KTA, Propylene sebesar 470KTA, Py-Gas sebesar 400 KTA, dan Mixed C4 sebesar 315 KTA.

Lokasi pabrik yang strategis di Ciwandan, Cilegon, provinsi Banten, memberi kemudahan akses bagi konsumen. Untuk lebih memanfaatkan keuntungan geografis, PT CAP mengoperasikan pipa distribusi yang membentang sepanjang 45 km dari kompleks petrokimia dan terhubung langsung dengan pelanggan di area sekitar.

PT CAP menggabungkan teknologi dan fasilitas pendukung canggih berkelas dunia yang menghasilkan 1,330KTA Olefins (Ethylene, Propylene), Py-Gas dan Mixed C4; dan 816KTA Polyolefins (Polyethylene dan Polypropylene). Fasilitas produksi kami meliputi 2 train untuk produk Polyethylene dan 3 train untuk produk Polypropylene. Guna memastikan kelancaran jalannya operasional produksi, CAP memiliki kapasitas pembangkit listrik terpasang yang melebihi kebutuhan produksi normal sebagai sumber cadangan listrik yang terhubung dengan jaringan listrik Perusahaan Listrik Negara (PLN).

Entitas anak perusahaan PT CAP adalah PT Styrimo Mono Indonesia (SMI), menghasilkan 340KTA Styrene Monomer, yang beroperasi pertama kali pada tahun 1992. Hingga saat ini, SMI masih merupakan satu-satunya produsen Styrene Monomer di Indonesia. Styrene Monomer merupakan bahan baku yang digunakan untuk memproduksi Polystyrene (PS), Expanded Polystyrene (EPS), Styrene Acrylonitrile (SAN), Acrylonitrile Butadiene Styrene (ABS), Styrene Butadiene Rubber (SBR), Styrene Butadiene Latex (SBL) dan Unsaturated Polyester Resin (UPR). SMI berlokasi di Bojonegara, Serang, provinsi Banten, sekitar 40 km dari kompleks petrokimia utama CAP di Cilegon. SMI juga memiliki entitas anak, PT Redeco Petrolin Utama (RPU), yang bergerak di segmen usaha sewa tangki dan jetty. RPU juga menangani produk petroleum olahan untuk perusahaan minyak lokal dan internasional.

Sejak Tahun 2013, entitas anak perusahaan lainnya, PT Petrokimia Butadiene Indonesia (PBI) mengoperasikan satu-satunya pabrik Butadiene di Indonesia yang menghasilkan Butadiene. Pabrik Butadiene berkapasitas 100KTA tersebut menggunakan *Mixed C4* yang

dihasilkan dari pabrik Olefins sebagai bahan bakunya. Butadiene merupakan bahan baku untuk produksi Styrene Butadiene Rubber (SBR), Acrylonitrile Butadiene Styrene (ABS), Styrene Butadiene Latex (SBL), dan Polybutadiene Rubber (PBR). Selanjutnya, produk yang dihasilkan dari pabrik Butadiene tersebut nantinya akan digunakan sebagai bahan baku untuk pabrik karet sintetis di masa mendatang yang akan menghasilkan bahan baku untuk ban ramah lingkungan.

Produsen karet sintetis yaitu PT Synthetic Rubber Indonesia merupakan perusahaan patungan antara SMI dengan produsen ban multinasional, Compagnie Financiere Du Groupe Michelin (Michelin) sebagai mitra strategis. Usaha patungan ini mencerminkan tujuan kami dalam menangkap nilai tambah atas rantai produk petrokimia.

Setiap pabrik Perseroan dibangun dan dilengkapi dengan teknologi mutakhir, serta fasilitas penunjang yang lengkap. Kompleks pabrik memiliki lokasi yang strategis di Ciwandan, Cilegon, Provinsi Banten. Pabrik tersebut dilengkapi dengan jaringan pipa sepanjang 45 kilometer yang memungkinkan Perseroan untuk secara efisien berhubungan langsung dengan beberapa pelanggan utama, termasuk pabrik SMI yang berlokasi di Desa Mangunreja, Puloampel, Serang. Pabrik SMI terdiri atas dua train yang dapat memproduksi Styrene Monomer. Fasilitas lain yang dimiliki Perseroan adalah dua train yang dapat memproduksi Linear Low Density Polyethylene dan High Density Polyethylene, serta tiga train untuk memproduksi beragam Polypropylene.

PT CAP memiliki fasilitas infrastruktur yang terintegrasi dengan kompleks pabrik juga dibangun, seperti fasilitas desalinasi dan pengolahan air murni yang diperlukan dalam sirkulasi sistem pendinginan, serta pergudangan dan perangkat penanggulangan kebakaran. Seluruh pabrik Perseroan dan fasilitas pendukungnya dikelola dengan baik, disertai dengan pengendalian kapasitas dan mutu produk. Pengendalian kapasitas terutama dilakukan dengan meningkatkan kapasitas fasilitas Naphtha Cracker sebesar 43% menjadi 860 kilo ton per tahun (KTA) di tahun 2015. Peningkatan ini menjadikan fasilitas

Naphtha Cracker Perseroan setara dengan ukuran skala dunia. Selain itu, juga dilakukan peningkatan kapasitas pabrik Butadiene dari 100KTA menjadi 137KTA, serta pembangunan pabrik Polyethylene yang baru dengan kapasitas 400KTA. Saat ini, Perseroan juga tengah mengerjakan pembangunan pabrik baru, MTBE dan Butene-1, yang ditargetkan akan beroperasi di tahun 2020. Proyek peningkatan kapasitas pabrik Polypropylene melalui debottlenecking dan pengerjaan furnace revamp juga sedang dikerjakan. Tidak hanya itu, pengendalian mutu juga dilakukan, terutama melalui Pemeliharaan Fasilitas Pabrik Terjadwal (*Turnaround Maintenance/TAM*) yang dilaksanakan secara berkala dan tepat waktu. Seluruh upaya Perseroan untuk melaksanakan pengembangan usaha yang berkelanjutan ini tidak hanya ditujukan untuk menjaga eksistensi Perseroan dalam jangka panjang. Namun, lebih dari itu, eksistensi Perseroan juga ditujukan untuk meningkatkan pertumbuhan dan membangun perekonomian Indonesia, serta seluruh pemangku kepentingan Perseroan.

3.2. Visi dan Misi, Prinsip, Struktur dan Strategi Perusahaan

A. Visi

“Perusahaan Petrokimia Terkemuka dan Pilihan di Indonesia”

B. Misi

Terus Berkembang Dan Mengukuhkan Posisi Kepemimpinan Perusahaan Melalui Integrasi, Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Kemitraan Terpilih, Secara Berkelanjutan Yang Akan Berkontribusi Terhadap Pertumbuhan Indonesia

Prinsip Bisnis

PT CAP memiliki prinsip bisnis terkait pemangku kepentingan, di antaranya:

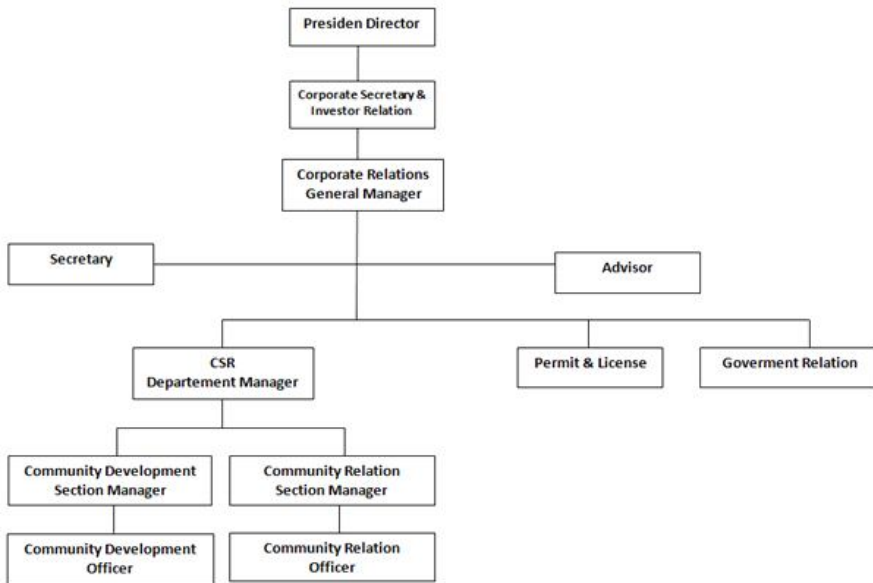
1. Melindungi investasi para pemegang saham dan memberikan pengembalian yang wajar
2. Memberikan kepada pelanggan keandalan produk dan pelayanan yang bernilai baik dalam hal harga, fungsi, kualitas, keselamatan dan dampak lingkungan.

3. Memberikan kepada karyawan kondisi kerja yang aman dan baik, serta kesempatan menggunakan dan mengembangkan bakat dengan imbalan yang bersaing berdasarkan prestasi kerja.
4. Mengembangkan hubungan yang saling menguntungkan dengan para kontraktor, pemasok, otoritas dan mitra kerja
5. Bersaing dengan perusahaan lain secara adil dan etis
6. Membantu kemajuan sosial dan ekonomi melalui kegiatan bisnis perusahaan.

Secara umum, prinsip-prinsip yang berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sebagai manusia pada umumnya. Demikian pula, prinsip-prinsip tersebut terkait dengan sistem nilai yang dianut oleh masyarakat masing-masing. Dalam pelaksanaan etika bisnis, PT CAP memiliki landasan mengenai perilaku sebagai berikut:

1. Bekerja dengan jujur, berintegritas, dan adil dalam semua aspek bisnis perusahaan
 2. Memperlakukan semua orang dengan hormat
 3. Tidak menawarkan, memberikan atau menerima suap
 4. Menghindari benturan kepentingan antara pribadi dengan aktivitas kerja
 5. Menaati perundang-undangan negara dan peraturan perusahaan
 6. Menjalankan kebiasaan yang sehat, aman, dan ramah lingkungan
- Struktur Organisasi

PT CAP menunjukkan identitas perusahaan yang termasuk kategori *beyond compliance* dan mengedepankan keberlanjutan baik dalam aspek sosial dan lingkungan.



Gambar 2.1. Struktur Organisasi PT CAP

Strategi Perusahaan

PT CAP dalam menjalankan bisnisnya memiliki strategi, di antaranya:

1. Meningkatkan kapasitas Perusahaan dan membangun posisi sebagai pemimpin pasar untuk menangkap pertumbuhan petrokimia Indonesia yang kuat;
2. Memperluas penawaran produk Perusahaan dan mengoptimalkan integrasi lebih lanjut sepanjang rantai nilai petrokimia terutama untuk C2 dan derivatifnya;
3. Mengembangkan keunggulan bahan baku untuk meningkatkan daya saing biaya;
4. Mengembangkan dan membina sumber daya manusia Perusahaan;
5. Terus menguatkan dan memanfaatkan keunggulan Perusahaan untuk menjaga hubungan baik dengan pemangku kepentingan;
6. Meraih standar terbaik operasional, efisiensi biaya, keselamat-

an, kesehatan, dan lingkungan, serta meningkatkan transformasi digital;

7. Menjalankan program keberlanjutan di bawah Kerangka kerja Keberlanjutan.

Keunggulan Perusahaan

1. Portofolio produk yang beragam;
2. Operasi bisnis yang terintegrasi Operasi bisnis yang terintegrasi secara vertikal membuat lebih efisien dan berbiaya rendah;
3. Lokasi yang strategis Saling berdekatan dan terhubung dengan fasilitas pelanggan;
4. Persediaan bahan baku yang stabil dan fleksibel;
5. Tingkat operasional yang tinggi;
6. Perusahaan terus mencapai tingkat utilisasi kapasitas yang tinggi, terutama karena permintaan yang kuat dari pasar domestik di Indonesia yang merupakan negara pengimpor petrokimia dan berfokus kepada peningkatan efisiensi dan hasil energi;
7. Basis pelanggan yang luas dan setia;
8. Manajemen yang solid dan berpengalaman serta didukung oleh komitmen kuat dari Pemegang Saham.

Kegiatan Usaha

Sesuai Anggaran Dasar Perseroan mengatur bahwa kegiatan usaha Perseroan bergerak di bidang usaha industri petrokimia, perdagangan, angkutan dan jasa. Sesuai dengan ketentuan tersebut, Perseroan bersama Entitas Anak menjalankan kegiatan usaha dalam bidang:

1. Produksi petrokimia, seperti Olefins dan Polyolefins (termasuk produk samping), Styrene Monomer, Butadiene, dan Karet Sintetis; dan
2. Penyewaan tangki dan jasa pengelolaan dermaga.

BAB IV PROGRAM CSR PT CAP

4.1 Gambaran Umum Program CSR PT CAP

Keyakinan Perseroan akan keberhasilan usaha bukan hanya terdapat pada kekuatan finansial semata. Sebagai perusahaan yang baik, Perseroan berkewajiban dan bertanggung jawab secara hukum, sosial, moral, serta etika terhadap kepentingan masyarakat sekitar. Oleh karena itu, Perseroan memberikan perhatian lebih dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility/CSR*) dengan dibentuknya Chandra Asri Peduli.

Perseroan, secara aktif, berupaya untuk terlibat dalam pembangunan berkelanjutan, bekerja sama dengan para karyawan, keluarga karyawan, komunitas lokal, dan masyarakat umum, serta pemangku kepentingan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan yang lebih baik. Pelaksanaan program CSR ini memiliki tujuan untuk:

1. Merealisasikan tanggung jawab moral pada lingkungan sekitar dan kepada lingkungan hidup yang mendukung produktivitas usaha;

2. Membentuk lingkungan yang kondusif dan harmonis antara masyarakat dan Perseroan;
3. Memperkenalkan niat baik (*goodwill*) dan menciptakan reputasi Perseroan yang akan memberikan nilai tambah bagi para Pemangku Kepentingan.

Dasar Pelaksanaan dan Kebijakan Program CSR

Pelaksanaan program CSR Perseroan berpegang teguh pada:

1. Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas;
2. Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan; dan
3. *Social Responsibility - Discovering ISO 26000*

Kebijakan CSR PT CAP

Perusahaan telah menetapkan aneka kebijakan sebagai petunjuk dalam melaksanakan aktivitas operasi. Kebijakan tersebut menitik-beratkan kepada pengelolaan lingkungan hidup, praktek ketenagakerjaan yang layak, pelayanan pelanggan terbaik melalui produk efisiensi operasional dan konsep berkualitas, serta pengembangan sosial kemasyarakatan yang berkesinambungan. Sebagai landasan dalam mengimplementasikan program CSR, PT CAP menerapkan kebijakan sebagai berikut:

1. Sumber daya berkelanjutan
Mengusahakan pemakaian sumber daya yang berkelanjutan dengan memaksimalkan efisiensi operasional dan konservasi sumber daya alam.
2. Pencemaran
Meningkatkan kinerja lingkungan dengan mencegah dan meminimalkan dampak negatif dari operasional perseroan, serta secara efisien mengelola sampah dan mempromosikan 3R (*reduce, reuse, recycle*).
3. Pelatihan tanggap darurat dan keselamatan kerja
Memberikan pelatihan tanggap darurat dan keselamatan kerja

kepada karyawan guna menghilangkan bahaya keselamatan dan kesehatan untuk mencegah cedera, penyakit akibat kerja dan kematian.

4. Penilaian risiko

Mengelola risiko potensial terhadap kesehatan, lingkungan, keselamatan dan integrasi produk

5. Pengembangan sosial kemasyarakatan

Melakukan pembinaan dalam upaya peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat melalui bantuan, penyuluhan dan sosialisasi berkelanjutan.

6. Kepuasan pelanggan

Memenuhi dan melampaui kebutuhan dan harapan pelanggan dengan melakukan tindakan responsif terhadap keluhan dan ketidaksesuaian, serta mempertahankan komunikasi yang aktif terhadap pelanggan dan mitra dalam rantai pasok.

Visi dan Misi CSR PT CAP

Visi

“Terciptanya masyarakat yang dinamis dan sejahtera”

Misi

1. Meningkatkan kualitas pendidikan;
2. Meningkatkan standar kesehatan masyarakat sekitar;
3. Mengurangi kemiskinan dan kesenjangan ekonomi;
4. Menciptakan hubungan yang harmonis terhadap masyarakat dan pemerintah.

Komitmen Perusahaan

PT CAP memahami bahwa CSR adalah komitmen bisnis dalam upaya mewujudkan peran perusahaan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pembinaan yang terencana. CSR juga dipandang sebagai sarana untuk meminimalkan risiko sebagai dampak dari kehadiran perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan hidup di wilayah operasi perusahaan.

PT CAP memahami bahwa pilar utama untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah sumber daya manusia yang handal dan berkualitas. Untuk itu program CSR diarahkan agar mampu mendorong peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui program pendidikan, kesehatan, ekonomi, sosial dan lingkungan hidup.

Program tersebut dilaksanakan melalui perencanaan yang cermat, dilakukan secara berkesinambungan serta dievaluasi secara berkala sehingga memberikan dampak positif bagi perusahaan.

4.2 Program CSR PT CAP

Sejalan dengan tujuan CSR PT CAP yakni meningkatkan kualitas kehidupan, kesejahteraan dan kemandirian masyarakat dalam aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidup dengan memberikan kontribusi yang positif bagi pembangunan masyarakat sekitar. Berdasarkan hal tersebut PT CAP merumuskannya ke dalam 4 (empat) pilar/bidang program CSR, di antaranya:

1. **Bidang Kesehatan**, meningkatkan standar kesehatan masyarakat sekitar
2. **Bidang Pendidikan**, Meningkatkan kualitas pendidikan
3. **Bidang Ekonomi**, Mengurangi kemiskinan dan kesenjangan pendapatan
4. **Bidang Sosial dan Lingkungan**, menciptakan hubungan yang harmonis terhadap masyarakat dan pemerintah

Pelaksanaan 4 Pilar/Bidang CSR PT CAP dideskripsikan sebagai berikut:

1. CSR Bidang Kesehatan

Peningkatan kualitas kesehatan masyarakat menjadi salah satu fokus utama PT CAP, hal tersebut tidak terlepas dari operasional perusahaan yang memberikan dampak kepada masyarakat. Selain itu kualitas kesehatan masyarakat menjadi modal dasar yang menentukan peningkatan mutu pada aspek pendidikan, ekonomi, dan sosial.

Sejak berdiri, PT CAP konsisten dalam mendukung peningkatan kualitas kesehatan masyarakat, khususnya bagi Balita dan Perempuan (Ibu). Terdapat 3 (tiga) tujuan strategis Bidang Kesehatan, sebagaimana tabel berikut:

Tabel 2.1. CSR Bidang kesehatan

Tujuan Strategis	Target Jangka Pendek	Target Jangka Panjang	Kegiatan
Peningkatan Pengetahuan Kesehatan Kader Posyandu	2.200 Balita menjadi Sehat	Tidak terdapat Balita Gizi Buruk	<ul style="list-style-type: none"> - Pembinaan Posyandu - Pemberian Makanan Tambahan (PMT) - Pemberian Insentif Bagi Bidan dan Kader
Memperbaiki Derajat Kesehatan Masyarakat	120 Kader dan Bidan mendapatkan pengetahuan kesehatan	Derajat kesehatan masyarakat meningkat	- Bekerja sama dengan Puskesmas Melakukan sosialisasi kesehatan dengan mengundang dokter spesialis anak dan gizi.
	2000 Warga mendapatkan pembinaan		- Menyelenggarakan pemeriksaan kesehatan/pengobatan gratis bagi masyarakat sekitar perusahaan
	Membantu kebutuhan kantong darah		- Donor Darah
	Karyawan terjaga kesehatannya		- Senam massal
Memberikan pengetahuan kesehatan pada Ibu Balita	1000 orang tua Balita memiliki pengetahuan kesehatan		- Memberikan penyuluhan kesehatan kepada Ibu-Ibu Balita yang rutin mengunjungi Posyandu.

2. CSR Bidang Pendidikan

PT CAP memiliki perhatian khusus terkait peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), hal tersebut secara konsisten ditunjukkan melalui dukungan program pendidikan baik melalui peningkatan mutu guru, pemberian beasiswa, hingga bantuan sarana dan prasarana mulai dari pendidikan dasar, menengah maupun tinggi. Hal tersebut sesuai dengan tujuan strategis pilar bidang pendidikan, sebagaimana tabel berikut:

Tabel 2.2. CSR Bidang Pendidikan

Tujuan Strategis	Target Jangka Pendek	Target Jangka Panjang	Kegiatan
Peningkatan Kompetensi Guru	Sebanyak 15 orang Guru dapat mengoperasikan komputer	Guru kreatif dalam mengajar didukung penggunaan perangkat komputer	- Pelatihan Komputer
	Meningkatnya pengetahuan 100 guru dalam hal penyampaian materi yang gampang dan asyik.	Pemahaman murid terhadap mata pelajaran fisika dan matematika meningkat.	- Pelatihan pengajaran Bagi Guru Mata Pelajaran Fisika dan Matematika oleh Yayasan Surya Institute.
Bantuan Beasiswa	Meningkatkan jenjang pendidikan 5 orang lulusan SMA ke D1.	Terbukanya kesempatan melanjutkan pendidikan tinggi	- Beasiswa D1 bekerja sama dengan Untirta
	Apresiasi bagi 10 mahasiswa ITB berprestasi	Memberikan kesempatan bekerja di PT CAP	- Beasiswa bagi 10 mahasiswa ITB terpilih
	Apresiasi bagi 5 Mahasiswa Untirta berprestasi		- Beasiswa bagi 5 mahasiswa Untirta terpilih
President Director Scholarship	Memberikan apresiasi bagi anak-anak karyawan berprestasi	Meringankan biaya pendidikan	- Pemberian beasiswa bagi anak-anak karyawan berprestasi
Sekolah Adiwiyata	Mewujudkan sekolah yang bersih dan sehat	Menjadi sekolah nominasi Adiwiyata	- Sosialisasi Adiwiyata - Memberikan sarana penunjang menuju sekolah Adiwiyata.
Seminar HIV/AIDS Bagi Pelajar	Mengetahui bahaya HIV/AIDS	Mencegah hal-hal yang dapat menimbulkan penularan HIV/AIDS	- Sosialisasi bahaya dan pencegahan HIV/AIDS bagi pelajar di Kota Cilegon.
Pelatihan Pemanfaatan Sampah	Sebanyak 40 Siswa dapat memilah sampah organik dan non-organik, serta memanfaatkannya	Berkurangnya sampah dan menghasilkan produk daur ulang	- Pelatihan pengelolaan limbah organik dan non organik bagi siswa sekitar perusahaan.
Peringatan Hari Bumi	Siswa mengetahui pentingnya peringatan hari bumi	Siswa memiliki kesadaran dan kepedulian terhadap lingkungan	- Peringatan hari bumi, menyosialisasikan kepedulian terhadap lingkungan

3. CSR Bidang Ekonomi

Dukungan pengembangan ekonomi merupakan wujud komitmen PT CAP dalam melakukan pemberdayaan masyarakat. Keberadaan perusahaan diharapkan bisa menumbuhkan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan wirausaha dan ekonomi kreatif. Hal tersebut di antaranya melalui pelatihan keterampilan, pelatihan usaha, hingga pemberian bantuan modal bergulir. Hal tersebut sejalan dengan tujuan strategis bidang ekonomi, sebagaimana tabel berikut:

Tabel 2.3. CSR Bidang Ekonomi

Tujuan Strategis	Target Jangka Pendek	Target Jangka Panjang	kegiatan
Peningkatan Pemberdayaan Usaha Kecil Bergulir	Terbentuknya Koperasi di Desa Sekitar perusahaan	Masyarakat dapat memanfaatkan simpan pinjam	- Pembentukan Koperasi
	Peningkatan Kemampuan pengelolaan usaha 121 Pedagang kecil	Meningkatnya keuntungan pedagang kecil	- Pemberian bantuan modal usaha bergulir
Pelatihan kewirausahaan/pemberdayaan perempuan	Membuka lapangan usaha dan menambah penghasilan keluarga	Usaha dapat berkelanjutan	- Pelatihan wirausaha kepada Ibu-Ibu di sekitar perusahaan
Pelatihan Budidaya Ternak	Pemasaran 5 Kg Ikan Lele/hari	Kelompok tani, memiliki usaha lele mandiri	- Memberikan bantuan 10.000 bibit lele kepada kelompok tani - Memberikan pelatihan - Memberikan sarana ternak
	Masyarakat dapat membudidayakan ternak kambing	Meningkatnya pendapatan masyarakat dari budidaya ternak kambing	- Pemberian bantuan kambing bagi 5 kelompok peternak

4. CSR Bidang Sosial dan Lingkungan

Kepedulian perusahaan pada aspek sosial dan lingkungan merupakan landasan keberlanjutan bisnis. Karena bagaimanapun keberlanjutan usaha ditentukan oleh sejauhmana perusahaan menjaga harmonisasi dengan masyarakat setempat dan lingkung-

an hidup. Upaya-upaya tersebut dijalankan oleh PT CAP mulai dari kunjungan-kunjungan silaturahmi kepada tokoh agama, tokoh masyarakat, formal maupun informal, pemberian bantuan sarana dan prasarana terkait pengelolaan lingkungan. Hal tersebut sejalan dengan tujuan strategis bidang sosial dan lingkungan.

Tabel 2.4. CSR Bidang Sosial dan Lingkungan

Tujuan Strategis	Target Jangka Pendek	Target Jangka Panjang	Kegiatan
Communiy Awareness dan Support Emergency Drill	Masyarakat dapat menjaga akses pipa gas. Dapat berpartisipasi dalam menjaga perusahaan	Turut menjaga keberadaan dan keberlanjutan usaha	- Mengadakan sosialisasi <i>Community Awareness</i> setiap tahun
Penanaman Mangrove	Berkurangnya abrasi pantai akibat tidak adanya tanaman mangrove	Terjaganya ekosistem pesisir pantai	- Penanaman 5000 Mangrove di Desa Karangsong Indramayu - Penanaman 25.000 Mangrove di Pulau Panjang, Kabupaten Serang - Monitoring dan Evaluasi Mangrove - Silvofisheri, Pemanfaatan lahan mangrove sekaligus budidaya ikan dan udang
Dukungan Kendaraan Operasional	Terpenuhinya kebutuhan kendaraan operasional kepolisian, dan terjaganya objek vital perusahaan	Terjalannya hubungan baik antara perusahaan dan kepolisian	- Pemberian Bantuan 10 unit motor trail kepada Polda Banten
Peningkatan kualitas lingkungan hidup	Menanam dan memberikan bantuan bibit pohon	Mengurangi polusi, menambah nilai ekonomi dari pohon yang telah berbuah	- Memberikan bibit pohon produktif - Pemberian sarana penghijauan dan kebersihan
	Tumbuhnya tanaman khas Banten	Terjaganya kualitas lingkungan Perusahaan	- Membuat 3 Kebun percontohan berisi tanaman endemik Banten, untuk keanekaragaman hayati
	Tumbuh kembali budaya gotong royong dan kepedulian lingkungan	Tumbuhnya kepedulian lingkungan dan meningkatnya kualitas kesehatan	- Gotong-royong Membersihkan Kali di Desa Mangunreja disertai penyediaan sarana kebersihan

Tujuan Strategis	Target Jangka Pendek	Target Jangka Panjang	Kegiatan
Peningkatan kualitas lingkungan hidup	Lingkungan Kantor Desa menjadi asri	Terjaganya kualitas lingkungan Masyarakat	- Bantuan 20 Apotek hidup bagi PKK Desa Mangunreja dan Desa Puloampel
Pembersihan Jalur Pipa Gas	Jalur pipa gas aman dan terpelihara	Terjaganya objek vital perusahaan	- Membersihkan 179 Pohon yang dapat mengganggu keamanan jalur pipa gas dan menggantinya dengan 1.700 bibit tanaman mangga dan Ecaliptus
Kemitraan	Terpenuhinya kebutuhan modal usaha bagi masyarakat sekitar perusahaan	Masyarakat dapat berwirausaha, meningkatnya pendapatan masyarakat	- Memberikan bantuan permodalan bagi 9 (sembilan) organisasi di sekitar perusahaan a.l: Koperasi Bina Usaha Sejahtera (BUS), LSM Badan Koordinasi Pengusaha Gunung Sugih (BKPGS), LPM Gunung Sugih, TTKDH Anyer, Koperasi KMPI, Koperasi Untuk Bersama Nelayan Anyer, Koperasi Maju Sejahtera, IPSM, FSPP Kecamatan Anyer, Paguyuban Usaha Kecil dan Pedagang (PUKP) Desa Anyer
Peduli Bencana	Terbantunya masyarakat Korban Bencana	Tumbuhnya kepedulian sosial seluruh karyawan PT CAP	- Bantuan Bagi Korban Bencana Meletusnya Gunung Kelud - Bantuan bagi Korban Banjir Kecamatan Patia, Pandeglang - Bantuan Korban Banjir Kecamatan Kasemen, Serang
Perbaikan Sarana Desa	Memperbaiki jalan desa yang berlubang sekitar perusahaan	Kualitas jalan terjaga, memperlancar transportasi warga dan perusahaan	- Perbaikan jalan desa
Pembangunan Jembatan Desa	Memperdekat akses warga melalui jembatan yang aman dan nyaman	Memudahkan akses warga dalam hal pendidikan, ekonomi, dll.	- Bekerja sama dengan relawan kampung memperbaiki/membangun jembatan di pelosok.

Tujuan Strategis	Target Jangka Pendek	Target Jangka Panjang	Kegiatan
Dukungan Kegiatan Keagamaan dan Harmonisasi dengan Tokoh Lokal	Silaturahmi dan melakukan pendekatan kepada masyarakat	Hubungan dengan tokoh agama dan masyarakat berjalan baik, dan sarana ibadah terpelihara	- Mengadakan tarawih berkunjung ke 15 Masjid di sekitar perusahaan.
	Masyarakat dapat merayakan Idul Kurban dengan sukacita	Terjaganya hubungan Silaturahmi antara perusahaan dengan warga	- Pembagian Hewan Kurban dan Sembako di 22 Kelurahan sepanjang jalur pipa gas
	Terpenuhinya kebutuhan perlengkapan anak peserta sunatan	Terbantunya kebutuhan masyarakat kurang mampu	- Santunan Bagi 50 anak yang mengikuti Sunatan Masal di Panimbang dan Labuan, Pandeglang
Kunjungan Kepada Tokoh Agama Masyarakat	Terjaganya hubungan harmoni dengan tokoh agama dan Tokoh Masyarakat	Berlanjutnya bisnis perusahaan	- Kunjungan rutin kepada tokoh agama dan tokoh masyarakat
Habitat for Humanity	Pembangunan Rumah dan Lingkungan Layak Huni	Terbangunnya model Rumah dan Lingkungan Layak Huni dengan partisipasi seluruh lini perusahaan.	- Pembangunan RTLH dan sarana prasarannya

5. Kemitraan CSR

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan tidak akan berjalan optimal dan tepat sasaran jika tidak ada koordinasi dan sinkronisasi dengan pemangku kepentingan lain khususnya pemerintah. PT CAP memahami betul pentingnya kerja sama dengan pemangku kepentingan dalam hal memberikan dukungan terhadap program-program yang telah diprioritaskan oleh pemerintah, maupun lembaga lain yang memiliki kesamaan visi.

Tabel 2.5. Kemitraan CSR PT CAP

Lembaga	Target Jangka Pendek	Target Jangka Panjang	Kegiatan
Pemkot Cilegon	Kondisi jalan menjadi baik	Lancarnya akses jalan dari dan ke PT CAP	- Betonisasi Jalan Lintas Selatan (JLS) Sepanjang 2 Km.
Cilegon Corporate Social Responsibility (CCSR)	Terpenuhinya kebutuhan kesehatan, sarana prasarana, dan ekonomi.	Meningkatnya derajat kesehatan, pendidikan bagi masyarakat sekitar perusahaan	- Pembangunan jamban keluarga - Bantuan Kacamata - Bantuan Bank Sampah - Bedah Rumah - Pelatihan Hydroponik
Forum Industri Kepuh dan Gunung Sugih	Terpenuhinya kebutuhan pendidikan dasar	Meningkatnya kualitas pendidikan masyarakat sekitar perusahaan	- Beasiswa bagi siswa kurang mampu

4.3 Kemandirian dan Keberlanjutan

Berbagai program CSR sebagaimana diurai sebelumnya telah dapat dilakukan tahapan evaluasi untuk mengukur tingkat kemandirian, dan yang lebih utama adalah untuk menentukan keberlanjutan program. Pada dasarnya program-program CSR yang dijalankan secara umum terpola ke dalam dua bagian. Program yang telah dilaksanakan tahunan sehingga rutin dilakukan pada tahun-tahun berikutnya seperti Posyandu, dan Beasiswa. Selain itu terdapat program bersifat insidental yang belum memiliki pola berbeda pada setiap tahunnya hal ini dimungkinkan sebagai wujud akomodasi usulan masyarakat, maupun sesuai kebutuhan perusahaan.

4.4 Sertifikasi dan Penghargaan

A. Sertifikasi

1. Sertifikat Sistem Jaminan Halal: Sistem Jaminan Halal
2. Sertifikat Halal: Sertifikat Halal Produk
3. ISO 50001:2011: Sistem Manajemen Energi
4. OHSAS 18001:2007: Sistem Manajemen Kesehatan dan Keselamatan Kerja
5. SMK3: Sistem Manajemen Kesehatan dan Keselamatan Kerja Berdasarkan PP 50 Tahun 2012

6. SNI 7808:2012: ASRENE Resin Polietilena Tipe HDPE dan LLDPE
7. SNI 0594:2011: TRILENE Resin Polietilena
8. Ekolabel Tipe II – Klaim Reduksi Limbah: ASRENE Resin Polietilena Tipe HDPE TRILENE Resin Polipropilena
9. Ekolabel Tipe II – Klaim Mudah Terurai: GRENE Resin Polietilena Tipe HDPE - SF5008E GRENE Polyethylene Resin
10. Sertifikat ISO 9001: 2008 Tentang Sistem Manajemen Mutu
11. ISO 14001:2015: Sistem Manajemen Lingkungan
12. ISO 26000:2010: Panduan CSR
13. ISO/IEC 17025:2017: Persyaratan Umum Kompetensi Laboratorium Pengujian dan Laboratorium Kalibrasi
14. Responsible Care Indonesia: Responsible Care
15. International Code for Security of Ships and Port Facilities (ISPS Code): Pernyataan Pemenuhan Keamanan Fasilitas Pelabuhan
16. SNI 0594:2011 standar spesifikasi *Polipropilena* baik bagi produsen maupun konsumen
17. Sertifikasi Audit Sistem Manajemen Kesehatan dan Keselamatan Kerja (SMK3) dari Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi
18. Sertifikat OHSAS 18001:2007 Tentang Sistem Manajemen Kesehatan dan Keselamatan Kerja dari Sucofindo
19. Sertifikat Produk Halal untuk seluruh produk *Polyethelene* dan *Polypropylene* dari Majelis Ulama Indonesia (MUI)
20. Sertifikat Ekolabel untuk produk ramah lingkungan dari Kementerian Lingkungan Hidup

B. Penghargaan

1. GCG Award dalam The 9th IICD Corporate Governance Award: kategori Top 50 Biggest Market Capitalization Public Listed Companies
2. Bisnis Indonesia Award; Emiten Terbaik untuk kategori Industri Dasar dan Kimia

3. International Convention on Quality Control Circle (ICQCC): Tiga Gold, satu Silver
4. TPM Excellence Award untuk Polymer Plant: Japan Institute of Plant Maintenance
5. Padmamitra Award: Kementerian Sosial
6. International Convention on Quality Control Circles: The Singapore Productivity Association
7. Operational Excellence Conference & Award 2018 (OPEXCON18): SSCX International
8. Temu Karya Mutu & Produktivitas Nasional (TKMPN) XXII dan International Quality & Productivity Convention (IQPC): Wahana Kendali Mutu (WKM) dan Asosiasi Manajemen Mutu & Produktivitas Indonesia (AMMPI)
9. The 10th IICD Corporate Governance Award 2018: Indonesian Institute for Corporate Directorship (IICD) 2018
10. Industri Hijau untuk SMI: Kementerian Perindustrian
11. PROPER Award untuk SMI: Kementerian Lingkungan Hidup
12. Penghargaan Industri Hijau dari Kementerian Perindustrian
13. *Indonesian CSR Award* Tahun 2014; mendapatkan penghargaan Gold Award dari CFCD
14. LaTofi Award; *National Award For CSR Leading Region 2014 dari LaTofi School of CSR*
15. Global CSR Awards; Menerima *Gold Award dalam The 6th Annual Global CSR Summit and Awards 2014* dari The Pinnacle Group International.
16. Padmamitra Award Tahun 2014 dari Kementerian Sosial Republik Indonesia kategori Eka Karya Padmamitra
17. Proper Peringkat Biru dari Kementerian Lingkungan Hidup
18. Penghargaan Perusahaan Terbuka Indonesia; Kategori Perusahaan Petrokimia Terbaik dan Peringkat 4 (empat) untuk Program CSR terbaik.
19. *Special Award RCI* untuk penerapan Program CSR perseroan dari Responsible Care Indonesia
20. *Indonesia Quality Convention 2014 Awards; Silverd Award* dari

Perhimpunan Manajemen Mutu Indonesia (PMMI)

21. *Zero Accident Award*
22. OPEXCON Award 2014; *Bronze Achievement* Kategori Perusahaan Manufaktur

4.5 Kerja Sama Program CSR

PT CAP telah bekerja sama dengan berbagai pihak dalam pemanfaatan dana CSR di antaranya:

1. Pemerintah Kota Cilegon
2. Pemerintah Kabupaten Serang
3. Pemerintah Kabupaten Indramayu
4. Pemerintah Kabupaten Pandeglang
5. Pemerintah Provinsi Banten
6. Perguruan Tinggi (ITB, dan Untirta)
7. SD,SLTP, dan SLTA
8. Badan Lingkungan Hidup Provinsi Banten
9. 19 Unit Posyandu
10. Perangkat Desa dan Kecamatan di wilayah PT CAP
11. Koperasi (Termasuk Koperasi Unit Bersama Nelayan Anyer, dan Koperasi Maju Sejahtera)
12. TTKKDH (Tjimande Tari Kolot Kebon Djeruk Hilir/ Perguruan Silat)
13. FSPP (Forum Silaturahmi Pondok Pesantren)
14. KMPI
15. PUKP (Paguyuban Usaha Kecil dan Pedagang)
16. LSM BKPGS (Badan Koordinasi Pengusaha Gunung Sugih)
17. CCSR (*Cilegon Corporate Social Responsibility*)

Selain kerja sama yang bersifat institusional (formal), PT CAP juga menjalin kerja sama non-formal dengan tokoh agama, dan masyarakat. Hal ini dilakukan dalam rangka harmonisasi untuk mempererat silaturahmi menuju keberlanjutan perusahaan. Hal tersebut dilaksanakan melalui program CSR di bidang sosial seperti penyaluran Sembako, hewan kurban, tarawih berkunjung dan pelaksanaan pengajian bulanan.

BAB V

REVIU IMPLEMENTASI CSR PT CAP

5.1 Reviu Data Sekunder (Kesesuaian Program dengan Realisasi)

5.1.1 Visi dan Misi

Berdasarkan dokumen baik profil maupun laporan tahunan, tanggung jawab sosial perusahaan termuat secara khusus dalam Misi PT CAP, yakni **“Terus Berkembang Dan Mengukuhkan Posisi Kepemimpinan Perusahaan Melalui Integrasi, Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Kemitraan Terpilih, Secara Berkelanjutan Yang Akan Berkontribusi Terhadap Pertumbuhan Indonesia”**.

Misi tersebut menunjukkan bahwa PT CAP sebagai perusahaan modern yang memegang teguh prinsip *Good Corporate Governance* dan memprioritaskan pada tatanan keberlanjutan. Titik tekan pada aspek **Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Kemitraan Terpilih, Secara Berkelanjutan Yang Akan Berkontribusi Terhadap Pertumbuhan Indonesia**. Hal tersebut sesuai dengan prinsip *triple bottom line* (sosial, ekonomi, dan lingkungan) yang diterjemahkan dalam 7 isu ISO 26000 SR, mencakup:

- Tata kelola perusahaan
- Ketenagakerjaan
- Praktik operasional perusahaan yang adil

- Lingkungan
- Hak asasi manusia
- Konsumen
- *Community Involvement/Community Development*

Namun demikian butir-butir setiap isu ISO 26000 SR belum seluruhnya diintegrasikan secara komprehensif dalam kebijakan *core business* perusahaan.

Demikian juga misi perusahaan juga telah sesuai dengan isu ISO 26000 SR, khususnya yang terkait dengan isu *Community Involvement/Community Development*, mencakup:

- Keterlibatan masyarakat dalam program
- Penciptaan lapangan kerja
- Pengembangan teknologi
- Peningkatan aset dan peningkatan pendapatan masyarakat
- Investasi yang bertanggung jawab
- Pendidikan dan kebudayaan
- Kesehatan
- Peningkatan kapasitas kelembagaan

Dalam implementasinya belum dijabarkan dalam *Standar Operating Procedure (SOP)*.

5.1.2 Kebijakan Perusahaan

PT CAP mendefinisikan CSR sebagai komitmen bisnis dalam upaya mewujudkan peran perusahaan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pembinaan yang terencana. CSR juga dipandang sebagai sarana meminimalkan risiko sebagai dampak dari kehadiran perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan hidup di wilayah operasi perusahaan.

Selain itu perusahaan memahami bahwa pilar utama untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah sumber daya manusia yang handal dan berkualitas. Oleh karena itu program CSR diarahkan untuk mendorong peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia

(SDM) melalui program pendidikan, kesehatan, ekonomi, sosial dan lingkungan hidup.

Perusahaan memiliki komitmen dalam hal keberlanjutan yang diimplementasikan dalam kebijakan perusahaan. PT CAP menetapkan 6 (enam) kebijakan yang menitikberatkan kepada pengelolaan lingkungan hidup, praktek ketenagakerjaan yang layak, pelayanan pelanggan terbaik melalui produk efisiensi operasional dan konsep berkualitas, serta pengembangan sosial kemasyarakatan yang berkesinambungan. Kebijakan tersebut di antaranya:

1. Sumber daya berkelanjutan

Mengusahakan pemakaian sumber daya yang berkelanjutan dengan memaksimalkan efisiensi operasional dan konservasi sumber daya alam.

2. Pencemaran

Meningkatkan kinerja lingkungan dengan mencegah dan meminimalkan dampak negatif dari operasional perseroan, serta secara efisien mengelola sampah dan mempromosikan 3R (*reduce, reuse, recycle*)

3. Pelatihan tanggap darurat dan keselamatan kerja

Memberikan pelatihan tanggap darurat dan keselamatan kerja kepada karyawan guna menghilangkan bahaya keselamatan dan kesehatan untuk mencegah cedera, penyakit akibat kerja dan kematian.

4. Penilaian risiko

Mengelola risiko potensial terhadap kesehatan, lingkungan, keselamatan dan integrasi produk

5. Pengembangan sosial kemasyarakatan

Melakukan pembinaan dalam upaya peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat melalui bantuan, penyuluhan dan sosialisasi berkelanjutan.

6. Kepuasan pelanggan

Memenuhi dan melampaui kebutuhan dan harapan pelanggan dengan melakukan tindakan responsif terhadap keluhan dan ketidaksesuaian, serta mempertahankan komunikasi yang aktif terhadap pelanggan dan mitra dalam rantai pasok.

Namun demikian kebijakan perusahaan di atas belum dijabarkan ke dalam Standar Operating Prosedur (SOP), sehingga muncul aneka keterbatasan dalam implementasinya.

5.1.3 Penyelenggaraan Program Berdasarkan 22 Prinsip *Community Development* (CD)

Jika dilihat dari bidang/pilar program CSR PT CAP, maka program yang dilaksanakan sudah diupayakan sesuai dengan definisi CD yaitu: **“Bagaimana membangun struktur komunitas dari tidak/kurang berdaya menjadi lebih berdaya yang memungkinkan dilakukan dengan cara-cara perubahan sosial yang berbasis kebutuhan manusia dengan pendekatan 22 prinsip *community development*”**.

22 Prinsip *Community Development* (CD) di antaranya:

1. Pembangunan Terpadu
2. Mengatasi ketidakberdayaan struktural
3. Menghargai hak asasi manusia
4. Berkelanjutan
5. Pemberdayaan
6. Peningkatan kesadaran pada hubungan interaksi antara individu dengan proses pengambilan keputusan
7. Kepemilikan dan peningkatan rasa kepemilikan
8. Kemandirian (Keswadayaan)
9. Independensi (hubungan dengan perusahaan)
10. Keselarasan antara pencapaian tujuan jangka pendek dengan misi ke masa depan
11. Pendekatan pembangunan yang organik
12. Penyesuaian Ritme Kegiatan
13. Pendayagunaan sumber daya keahlian lokal dan pemasokan sumber daya keahlian dari luar
14. Komunitas sebagai agen pembaharuan
15. Keselarasan antara proses dan hasil
16. Keterpaduan proses dan sinergi kemitraan
17. Non-kekerasan

18. Pengikutsertaan
19. Konsensus (mufakat)
20. Kerja sama
21. Partisipasi
22. Hak komunitas merumuskan kebutuhannya sendiri

Dari hasil reuiu laporan kegiatan CSR PT CAP dan, telah dikaji mana saja kegiatan yang bersifat pemberdayaan dan mana saja kegiatan yang bersifat non pemberdayaan sesuai dengan program bidang yang dilaksanakan.

a. Bidang Kesehatan

Program CSR pada Bidang Kesehatan ditujukan untuk meningkatkan standar kesehatan masyarakat sekitar PT CAP. Program unggulan Program CSR di Bidang Kesehatan adalah dengan membina, menginisiasi dan mengembangkan Posyandu di empat kecamatan (Ciwandan, Anyer, Puloampel, Bojonegara) yang meliputi enam kelurahan (Gunung Sugih, Banjarsari, Anyer, Kosambi-ronyok, Mangunreja, Bojonegara).

Hingga saat ini, dalam rentang waktu delapan tahun keberlanjutan program, PT CAP telah menginisiasi 19 Posyandu yang tersebar di empat kecamatan, dan enam kelurahan tersebut. Dengan *tagline* "Ayo ke Posyandu," data yang ada telah menunjukkan perkembangan kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan. Tidak kurang sebanyak 2.300 balita, 2.400 KK, dan sekitar 100 ibu hamil di masyarakat lingkungan perusahaan telah menikmati program "Ayo ke Posyandu". Upaya peningkatan kesehatan masyarakat melalui Posyandu ini meliputi: pemberian makanan tambahan berupa susu bubuk dan biskuit untuk Balita, pembagian 20 jenis bibit apotek hidup, imunisasi, KB, dan berbagai program penyuluhan kesehatan seperti Program Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS).

Berdasarkan reuiu kegiatan CSR PT CAP pada pilar/bidang kesehatan, dalam implementasinya kurun 3 tahun terakhir, pada umumnya kegiatan terkategori belum sesuai dengan prinsip

CD. Hal tersebut teridentifikasi di antaranya: (1) Kegiatan bidang kesehatan baru bersifat karitatif, (2) Rendahnya tingkat partisipasi masyarakat baik dalam bentuk partisipasi menyosialisasikan kegiatan, tenaga maupun materi. (3) Belum adanya indikator pemutusan bantuan (terminasi) bagi Posyandu yang telah dinyatakan mandiri. (4) Munculnya ketergantungan penerima manfaat (masyarakat) terhadap perusahaan yang berdampak jangka panjang, khususnya dalam aspek pemberian susu bagi Balita.

b. Bidang Ekonomi

Bidang Ekonomi menjadi pilar Program CSR dengan ide untuk mengurangi kemiskinan dan kesenjangan pendapatan. Seringkali keinginan untuk meningkatkan kualitas hidup terkendala dengan akses untuk memperoleh modal. Untuk menjembatani persoalan tersebut, PT CAP menggulirkan Program peminjaman modal tanpa bunga untuk pengembangan UKM (Usaha Kecil Menengah).

Dua desa di lingkungan PT CAP (Gunung Sugih, Kosambi-ronyok), menjadi penerima manfaat dari program di bidang ekonomi. Program peminjaman modal ini melibatkan perangkat desa setempat dalam skema pengembalian modal sehingga tiga pihak (perusahaan, penerima manfaat, dan perangkat desa) dalam hal ini dapat sinergi bekerja sama dalam menyukseskan program di bidang Ekonomi.

Besaran bantuan pinjaman modal secara umum mendapatkan Rp1.000.000,- (satu juta rupiah) hingga Rp2.000.000,- (dua juta rupiah)/penerima manfaat. Meski demikian besaran tersebut variatif bergantung pada kesungguhan penerima manfaat, modal usaha dapat ditingkatkan jika pengembalian lancar sesuai dengan skema yang telah ditentukan. Tak kurang sebanyak 20 warga (2014) di Mangunreja tercatat mendapatkan manfaat dari program di bidang ekonomi, dan 50 warga yang berprofesi pedagang kecil di sekitaran Gunung Sugih juga mendapatkan kredit usaha bergulir tanpa bunga.

Berdasarkan reviu kegiatan CSR PT CAP pada pilar/bidang ekonomi, dalam implementasinya kurun 3 tahun terakhir, pada umumnya kegiatan fokus pada stimulus pemberdayaan masyarakat di antaranya: pembentukan koperasi desa, bantuan modal bergulir, bantuan bibit bagi kelompok tani, pelatihan keterampilan, bantuan sarana ternak dan bantuan bagi kelompok ternak. Kegiatan pada pilar/bidang ekonomi sudah mengarah pada prinsip CD. Namun terdapat keterbatasan dalam implementasi: (1) kegiatan bersifat jangka pendek, belum berkesinambungan (2) Masih lemahnya pendampingan, (3) belum disiapkan konsep distribusi dan dibukanya pasar, (4) belum adanya indikator terminasi, (5) Masih rendahnya tingkat perguliran dana bantuan yang berdampak pada belum tercapainya pemerataan kesejahteraan masyarakat, (6) pelibatan perangkat desa berdampak positif sebagai bentuk partisipasi pemangku kepentingan, dan berdampak negatif karena adanya gejala bantuan diberikan kepada pihak terdekat atau kerabat.

c. Bidang Pendidikan

Kualitas pendidikan memiliki relevansi pada multiaspek, utamanya peningkatan kualitas hidup. Oleh karenanya Program PT CAP juga menysasar Pendidikan sebagai salah satu Program CSR. Jika pada bidang kesehatan Posyandu menjadi program unggulan, dalam bidang pendidikan pemberian beasiswa menjadi sarana utama dalam meningkatkan kualitas pendidikan.

Beragam beasiswa telah diberikan secara berkelanjutan untuk mewujudkan komitmen PT CAP di bidang pendidikan, di antaranya pada sepuluh mahasiswa ITB berprestasi, lima mahasiswa berprestasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, sepuluh siswa SLTA yang lulus seleksi program D1 AMC/CMA. Program beasiswa ini berjalan dan semakin ditingkatkan baik dari sisi kualitas maupun kuantitasnya. Beasiswa juga diberikan melalui Forum Industri Kepuh Gunung Sugih (FIKS) dengan sasaran bagi warga yang kurang mampu.

Selain memberikan beasiswa pada lingkungan eksternal, beasiswa juga diberikan pada lingkungan internal. Program beasiswa internal diberikan melalui skema *President Director Scholarship* yang diperuntukkan bagi putra-putri karyawan yang berprestasi di tingkat SLTA dan Perguruan Tinggi.

Berdasarkan reviu kegiatan CSR PT CAP pada pilar/bidang pendidikan, dalam implementasinya kurun waktu 3 tahun terakhir, pada umumnya kegiatan fokus pada peningkatan kualitas sumber daya manusia, sudah sejalan dengan prinsip CD dalam aspek kegiatan sudah terintegrasi dengan program pemerintah, bersifat jangka panjang, dan kerja sama dengan pemangku kepentingan. Namun terdapat keterbatasan di antaranya: (1) *Output* dari program pendidikan belum terserap secara optimal ke dalam kebutuhan tenaga kerja baik bagi PT CAP, walaupun serapan tenaga kerja di antaranya dari penerima beasiswa ITB, namun masih terbatas pada level mengakomodasi tenaga yang berasal dari masyarakat lokal.

d. Bidang Sosial dan Lingkungan Hidup

Kepedulian PT CAP dalam bidang sosial dan lingkungan hidup diwujudkan dalam berbagai program yang ditujukan untuk menciptakan hubungan yang harmonis terhadap masyarakat dan pemerintah. Dengan Pemerintah Kota Cilegon, wilayah di mana PT CAP berlokasi, PT CAP telah berpartisipasi dalam Betonisasi Jalan Lingkar Selatan (JLS). JLS adalah ide dan solusi pemerintah untuk mengurai kemacetan di Kota Cilegon dengan cara menghubungkan akses jalan dari Cilegon Timur menuju Anyer tanpa melalui lalu lintas Kota Cilegon. Pembangunan JLS sempat terhenti terkendala dana, PT CAP telah memberikan bantuan pembetonan sepanjang dua kilometer. Hingga saat ini bantuan tersebut telah selesai 100% dikerjakan dan diserahkan pada pihak Pemerintah Kota Cilegon. Akses JLS kini telah dapat digunakan untuk mengurai kemacetan, selain juga sebagai jalur pilihan utama masyarakat menuju lokasi wisata Anyer.

Selain JLS, melalui kemitraan dengan lembaga CCSR (Cilegon *Corporate Social Responsibility*) PT CAP telah turut berkontribusi bersinergi membangun SDM, meningkatkan kualitas kesehatan, infrastruktur dan penanggulangan kemiskinan dalam menyukseskan RPJMD Pemerintah Kota Cilegon didasarkan pada permasalahan yang berbasiskan data BPS. Kegiatan sosial juga ditujukan pada masyarakat sekitar perusahaan dengan mengadakan berbagai program seperti sunatan massal, bedah rumah, dan tarawih berkunjung.

Dalam Bidang lingkungan hidup, PT CAP telah melakukan penanaman mangrove sebanyak 7000 batang yang ditanam seluas 1 ha lahan untuk mengurangi abrasi pantai yang terjadi di Desa Karangsong Indramayu. Pemberian bibit pohon juga dilakukan melalui kerja sama dengan Badan Lingkungan Hidup Provinsi Banten.

Berdasarkan reuiu kegiatan CSR PT CAP pada pilar/bidang sosial dan lingkungan, dalam implementasinya kurun waktu 3 tahun terakhir meliputi: mengadakan sosialisasi *Community Awareness* setiap tahun, Penanaman 5000 Mangrove di Desa Karangsong Indramayu, penanaman 25.000 Mangrove di Pulau Panjang, Kab Serang, Monitoring dan Evaluasi Mangrove, Silvofisleri (Pemanfaatan lahan mangrove sekaligus budidaya ikan dan udang), Pemberian Bantuan 10 unit motor trail kepada Polda Banten, Memberikan bibit pohon produktif, Pemberian sarana penghijauan dan kebersihan, Membuat 3 Kebun percontohan berisi tanaman endemik Banten, untuk keanekaragaman hayati, Gotong-royong Membersihkan Kali di Desa Mangunreja disertai penyediaan sarana kebersihan, Bantuan 20 Apotek hidup bagi PKK Desa Mangunreja dan Desa Puloampel, Membersihkan 179 Pohon yang dapat mengganggu keamanan jalur pipa gas dan menggantinya dengan 1.700 bibit tanaman mangga dan Ecaliptus, Memberikan bantuan permodalan bagi 9 (sembilan) organisasi di sekitar perusahaan, Bantuan Bagi Korban Bencana Meletusnya Gunung Kelud, Bantuan bagi Korban Banjir Keca-

matan Patia Pandeglang, Bantuan Korban Banjir Kecamatan Kasemen Serang, Perbaikan jalan desa, Bekerja sama dengan relawan kampung memperbaiki/membangun jembatan di pelosok, Mengadakan tarawih berkunjung ke 15 Masjid di sekitar perusahaan, Pembagian Hewan Kurban dan Sembako di 22 Kelurahan sepanjang jalur pipa gas, Santunan Bagi 50 anak yang mengikuti Sunatan Massal di Panimbang dan Labuan Pandeglang, Kunjungan rutin kepada tokoh agama dan tokoh masyarakat, dan Pembangunan RTLH dan sarana prasarannya.

Pada umumnya kegiatan bidang/pilar lingkungan hidup sudah sesuai dengan prinsip CD, walaupun terdapat beberapa kegiatan yang masih bersifat karitatif, berada jauh dari wilayah operasional PT CAP, jangka pendek, dan bersifat insidental.

Berdasarkan uraian di atas yang didasarkan pada laporan CSR PT CAP, jika direviu sesuai dengan 22 prinsip CD, pada umumnya kegiatan CSR PT CAP sudah seiring dengan prinsip CD. Tabel di bawah menggambarkan secara umum pelaksanaan CSR PT CAP berdasarkan prinsip-prinsip CD.

Tabel 5.1. Program CSR PT CAP berdasarkan prinsip CD

Prinsip	Indikator	Kondisi Aktual
1	Pembangunan Terpadu	Pada umumnya program sudah terintegrasi dengan program pemerintah daerah (<i>tripatnership</i>) khususnya program ekonomi, pendidikan dan kesehatan dan pembangunan sarana prasarana
2	Mengatasi Ketidakberdayaan Struktural	Belum ada basis data komunitas sasaran yang diberdayakan sesuai dengan indikator yang ditetapkan dalam penanganan masalah-masalah ekonomi, sosial, pendidikan, kesehatan dan lingkungan
3	Menghargai Hak Asasi Manusia	Perlindungan terhadap hak-hak komunitas sekitar perusahaan telah berjalan dengan baik di mana masyarakat diberi akses hak mendapatkan ekonomi yang lebih baik, keadilan sosial dan penghargaan budaya setempat
4	Berkelanjutan (<i>Sustainability</i>)	Terdapat dua program unggulan yakni pembinaan terhadap Posyandu dan Beasiswa. Namun kedua program tersebut akan menjadi beban perusahaan jangka panjang, jika tidak dibuat indikator terminasi. Perlu dibuat program unggulan jangka panjang terkait pemberdayaan masyarakat (CD) .

Prinsip	Indikator	Kondisi Aktual
5	Pemberdayaan	Belum ada mekanisme tahapan pemberdayaan yang dikembangkan dengan melibatkan masyarakat mulai dari tahapan pemetaan, perencanaan partisipatif, pelaksanaan program dari, oleh dan untuk masyarakat, sampai pada tahap evaluasi, monitoring dan pendampingan kepada komunitas sasaran yang ditetapkan.
6	Peningkatan Kesadaran Pada Hubungan Interaksi Antara Individu dengan Pengambilan Keputusan	Belum ada strategi pengorganisasian kesadaran individual menjadi kesadaran kolektif dalam mengembangkan modal sosial di komunitas sasaran
7	Kepemilikan dan Peningkatan Rasa Kepemilikan	Pendekatan CSR perusahaan yang <i>top down</i> , dan penempatan masyarakat sebagai objek bukan subjek kegiatan berdampak pada rendahnya rasa memiliki masyarakat terhadap kegiatan CSR
8	Kemandirian	Pada umumnya penerima manfaat belum pada tahap terminasi (pemutusan) bantuan karena telah mandiri. Pemutusan lebih pada berakhirnya kegiatan atau kegiatan sifatnya jangka panjang, bukan karena penerima manfaat sudah mandiri.
9	Independensi	Perlu disusun konsep interdependensi dalam menciptakan kemandirian masyarakat (mendorong ketidaktergantungan kepada perusahaan)
10	Keselarasn Antara Pencapaian Tujuan Jangka Pendek Dengan Misi Ke Masa Depan	Belum ada Rencana Strategis (visi, misi, tujuan, dan seterusnya) CSR yang disusun dalam <i>grand</i> strategi CSR
11	Pendekatan Pembangunan Yang Organik	Belum ada kegiatan CSR yang dapat diukur keberhasilan dan kegagalan khususnya di Bidang Ekonomi (berbasis sumber daya lokal)
12	Penyesuaian Ritme Kegiatan	Program jangka panjang perlu diurai periodisasinya, sehingga terukur target dan realisasi pencapaiannya
13	Pendayagunaan Sumber Daya Keahlian Lokal dan Pemasokan Sumber Daya Keahlian Dari Luar	Potensi sumber daya desa, keahlian lokal dan kearifan lokal belum teridentifikasi dan terpetakan masing-masing desa sasaran sebagai basis pergerakan perubahan guna membangun keberlanjutan program dan baru diidentifikasi berdasarkan hasil pemetaan sosial
14	Komunitas Sebagai Agen Pembaharuan	Masih terbatasnya lembaga/kelompok sebagai <i>agent of change for community development</i> seperti LPM atau lembaga paguyuban lainnya.
15	Keselaran Antara Proses dan Hasil	Mekanisme penerimaan usulan masih secara langsung (<i>by pass</i> ke perusahaan) dan pencapaian hasil belum dilakukan evaluasi sesuai indikator keberhasilan yang harus dirumuskan terlebih dahulu dalam pedoman pelaksanaan yang dibuat
16	Keterpaduan Proses dan Sinergi Kemitraan	Sudah terbangun sinergi reguler dengan BAPPEDA, Dinas Kesehatan, Dinas Koperasi dan UKM, Dinas Pertanian, Dinas Pendidikan dan SKPD lainnya. Terbangun juga kemitraan dalam forum perusahaan seperti CCSR dan FIKS.

Prinsip	Indikator	Kondisi Aktual
17	Non Kekerasan	Pendekatan dalam pelaksanaan program sangat persuasif dengan melibatkan pihak terkait, walaupun seluruh bantuan menjadi keputusan perusahaan (seperti penentuan nominal bantuan berdasarkan kemampuan perusahaan, tidak didasarkan pada kebutuhan riil yang dapat mendidik masyarakat untuk mandiri)
18	Pengikutsertaan	Perusahaan telah melibatkan peran serta lembaga kemasyarakatan desa dalam hal-hal kegiatan tertentu.
19	Mufakat	Pendekatan <i>top down</i> bersifat instan, artinya masyarakat tinggal menerima program yang sudah dirancang perusahaan, tanpa memaksimalkan proses pemufakatan
20	Kerja sama	Sudah terbangun tukar informasi terkait data sekunder desa, melibatkan aparat desa dalam kegiatan tertentu. Selain itu sudah terbangun kemitraan dengan pemangku kepentingan lain khususnya pemerintah dan forum CSR
21	Partisipasi	Perusahaan belum optimal dalam melibatkan masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi program. Sehingga berdampak pada rendahnya partisipasi masyarakat dalam menuangkan gagasan, tenaga, dan materi
22	Hak Komunitas Merumuskan Kebutuhannya Sendiri	Peran lembaga lokal seperti BPD/LPM yang menjadi basis dalam perumusan kebutuhan komunitas masih terbatas

5.1.4 Rencana Strategis CSR PT CAP

Strategi pelaksanaan kegiatan CSR dijalankan masih berdasarkan pendekatan tahun anggaran dan belum disusun berdasarkan program jangka menengah dan panjang. Selain itu program ekonomi yang dijalankan berbasis dana bergulir yang digerakkan dan dikelola oleh, dari dan untuk masyarakat khususnya dalam pembiayaan usaha belum optimal, sehingga dibutuhkan permodelan sebagai bentuk *best practice*.

5.1.5 Struktur Organisasi

Jika dilihat dari struktur organisasi, menunjukkan PT CAP sebagai perusahaan yang mengedepankan keberlanjutan dalam aspek sosial dan lingkungan. Keseriusan perusahaan terkait CSR sudah jelas dengan menjadikan CSR sebagai Departemen mandiri yang membawahi dua *section*.

5.2 Evaluasi dan Kajian Kebutuhan Masyarakat Terhadap PT CAP

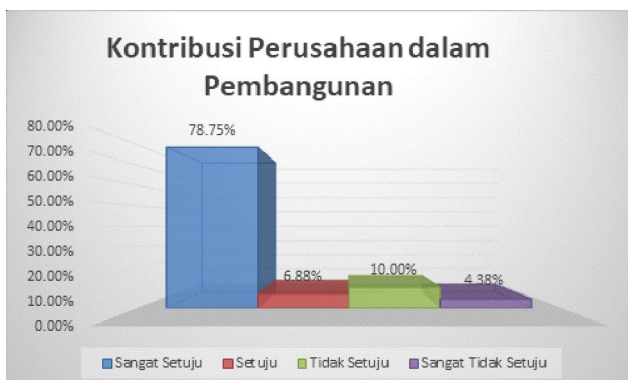
5.2.1 Evaluasi Keberadaan Perusahaan

Evaluasi yang dilakukan berdasarkan penyebaran kuesioner yang dilakukan penulis kepada responden (masyarakat maupun pemangku kepentingan) sebagai penerima manfaat program CSR PT CAP.

a) Kontribusi Perusahaan dalam Pembangunan Desa/Daerah

Persepsi masyarakat dalam mengevaluasi Kontribusi Perusahaan dalam pembangunan desa/daerah sasaran CSR PT CAP beragam dan lebih didominasi dengan persepsi positif. Sebagian besar masyarakat menilai positif dengan menyatakan 78,75% responden sangat setuju ditambah 6,88% menyatakan setuju jika perusahaan memiliki kontribusi dalam pembangunan Desa/Daerah di sekitar perusahaan. Masyarakat merasakan manfaat aktivitas perusahaan maupun kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan. Hal ini menjadi modal berharga bagi perusahaan dalam menjalankan program CSR secara berkesinambungan dan aman karena mendapat dukungan dan kepercayaan dari masyarakat sekitar yang merasakan dampak positif dari keberadaan perusahaan.

Namun demikian perusahaan perlu berhati-hati karena ada persepsi negatif dari responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 10% dan sangat tidak setuju 4,38% jika perusahaan berkontribusi pada pembangunan desa/daerah sekitar. Artinya ada sebagian masyarakat sekitar 14,38% tidak merasakan kontribusi dan keberadaan perusahaan dalam pembangunan di daerah sekitar perusahaan

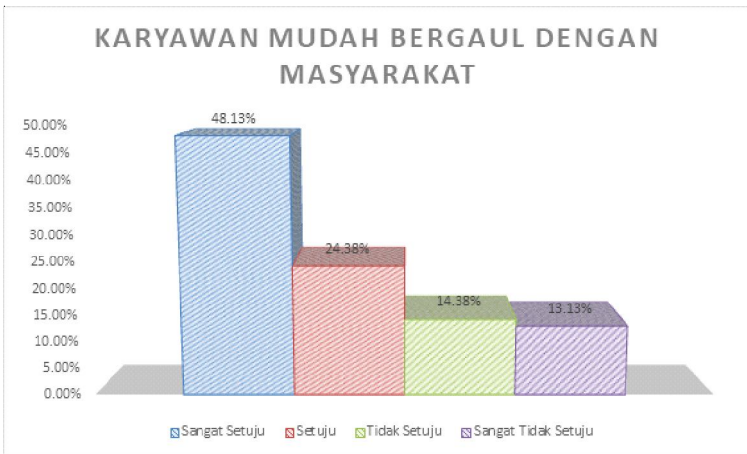


Gambar 5.8.
Kontribusi
Perusahaan
dalam
Pembangunan
Desa/Daerah

b) Pergaulan Karyawan

Berdasarkan grafik 5.9 dapat diketahui kemampuan adaptasi karyawan dan penerimaan masyarakat terhadap karyawan perusahaan ini dinilai oleh persepsi masyarakat secara positif. Ada 48.13% menyatakan sangat setuju dan 24.38% setuju menyatakan karyawan perusahaan mudah bergaul dengan masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara mendalam hal ini disebabkan karena selain adanya warga lokal yang menjadi karyawan juga ada penghargaan masyarakat terhadap karyawan pendatang.

Namun ada pula yang sebagian warga yang menyatakan tidak setuju sebanyak 14.38% dan sangat tidak setuju 13.13% jika karyawan mudah bergaul dengan masyarakat. Persepsi ini muncul karena ada sebagian masyarakat yang didasarkan hasil wawancara mendalam ada kecemburuan warga terhadap karyawan pendatang yang mudah diterima bekerja di perusahaan.

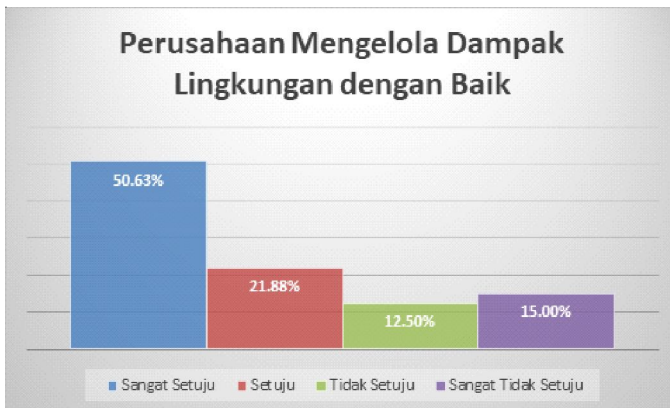


Gambar 5.9. Adaptasi Karyawan dengan Masyarakat

c) Pengelolaan Lingkungan

Dibandingkan aspek karyawan, persepsi masyarakat mengenai perusahaan mengelola dampak lingkungan masih dikatakan lebih baik. Ada 50,63% atau separuhnya dari responden menyatakan sangat setuju, ditambah 21.88% menyatakan setuju jika perusahaan mengelola dampak lingkungan dengan baik. Ini membuktikan bahwa

perusahaan punya komitmen untuk terus menjadi lingkungan dengan mengelola dampak lingkungan dengan baik, di daerah berdampak langsung maupun tidak langsung. Namun Ada 27,5% berpersepsi negatif dengan menyatakan tidak setuju sebanyak 12.5% dan 15% menyatakan sangat tidak setuju jika perusahaan mengelola dampak lingkungan dengan baik. Artinya ini menjadi peringatan serius bagi perusahaan karena hampir 30% responden – angka yang sangat besar untuk pernyataan negatif - menyatakan ada masalah dalam pengelolaan dampak lingkungan.



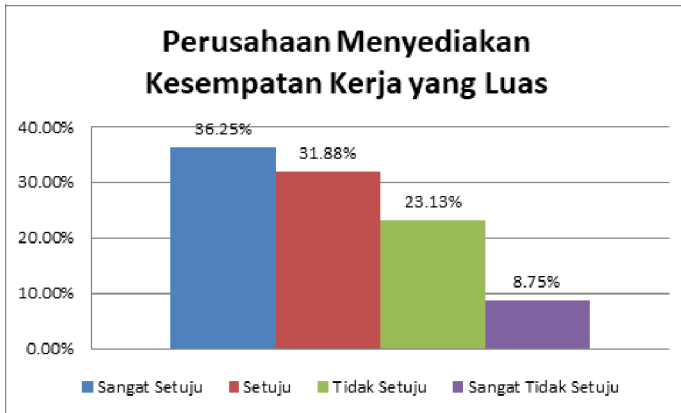
Grafik 5.10 Perusahaan Mengelola Dampak Lingkungan dengan Baik

d) Kesempatan Kerja

Pernyataan mengenai pemberian kesempatan kerja yang luas pada masyarakat sekitar oleh perusahaan menjadi isu yang sensitif. Perusahaan memerlukan tenaga kerja yang memenuhi kualifikasi sedangkan masyarakat sekitar menginginkan keistimewaan (*previlage*) kepada perusahaan untuk menyediakan kesempatan kerja yang luas dan khusus kepada masyarakat sekitar perusahaan. Berdasarkan grafik di bawah terlihat bahwa respons positif masih lebih baik namun respons negatif terlihat juga besar dibandingkan pernyataan negatif sebelumnya.

Terdapat 68.13% responden yang menilai positif dengan menyatakan sangat setuju sebesar 36.25% dan setuju sebesar 31.88% dengan menyatakan Perusahaan menyediakan kesempatan kerja yang luas

pada masyarakat. Ada 23.13% yang menyatakan tidak setuju dan 8,75% menyatakan sangat tidak setuju jika perusahaan menyediakan kesempatan kerja yang luas. Angka respons negatif sebesar 31.88% merupakan angka yang sangat besar dan perlu menjadi perhatian. Hal ini kemudian diperdalam dengan wawancara mendalam kepada masyarakat bahwa memang telah terjadi kecemburuan di kalangan masyarakat terkait sulitnya masyarakat lokal untuk mendapatkan pekerjaan di perusahaan ini. Memang tidak semua pihak dapat diakomodir semua masyarakat lokal untuk dapat bekerja di perusahaan ini. Maka kompensasi lain yang sejenis atau program yang khusus meningkatkan kapasitas dan kualifikasi masyarakat lokal harus mendapat perhatian untuk mengurangi respons negatif ini.



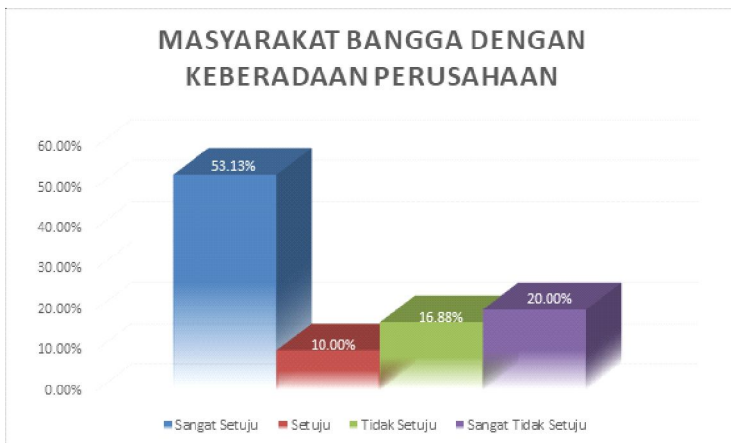
Gambar 5.11. Perusahaan Menyediakan Kesempatan Kerja yang Luas

e) Manfaat Keberadaan Perusahaan

Berdasarkan grafik 5.12 dapat dilihat bahwa 53.13% responden sangat setuju dan merasa bangga dengan keberadaan perusahaan. Artinya mereka tanpa keraguan menyatakan sangat setuju adanya manfaat dari keberadaan perusahaan. Selanjutnya ada 10% yang menyatakan setuju sehingga respons positif secara keseluruhan sebanyak 63.13% merasakan manfaat keberadaan perusahaan secara umum maupun hasil dari kinerja CSR selama ini yang memfasilitasi berbagai kegiatan pengembangan masyarakat maupun pembinaan hubungan

dengan masyarakat (*community relationship*). Kehadiran CSR dirasakan masyarakat secara langsung, intensitas kunjungan ke masyarakat oleh tim *community relationship* yang dilakukan secara rutin nampaknya dampaknya sangat dirasakan.

Walaupun demikian semua aktivitas tidak dapat dikatakan sempurna, karena ada saja kekurangannya. Kekurangan tersebut harus segera diperbaharui. Sekurangnya Ada 36,87% responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju jika masyarakat merasa bangga dengan beradaan perusahaan. 36,87%, hal ini harus menjadi perhatian serius karena persentase respons negatif dirasakan sangat besar, apalagi pernyataan sangat tidak setuju terkategori besar yaitu 20%. Data yang terkumpul sebagian besar yang tidak merasakan dampak keberadaan perusahaan karena responden berasal dari wilayah tak terdampak secara langsung.



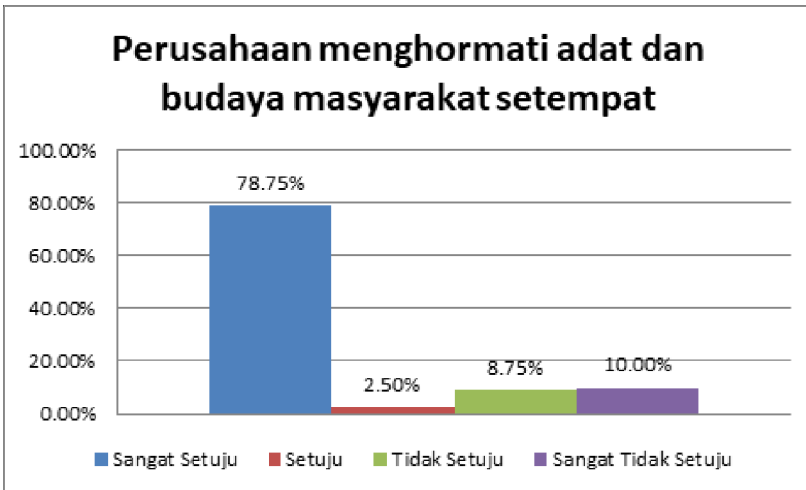
Grafik 5.12. Masyarakat Bangga dengan Keberadaan Perusahaan

f) Penghormatan Adat dan Budaya Setempat

Dalam aspek penghormatan perusahaan kepada adat dan budaya setempat, responden memiliki persepsi yang baik dan positif. Hal tersebut dapat terlihat dari grafik 4.12 bahwa ada 78,75% responden yang menyatakan bahwa sangat setuju jika perusahaan menghormati adat dan budaya masyarakat setempat. Selanjutnya responden yang menyatakan setuju terdapat 2,5%. Nilai total respons positif sebesar

81.25% terbilang sangat tinggi dan fakta tersebut tidak diragukan lagi. Perusahaan telah berhasil menyesuaikan dengan adat dan budaya setempat yang memang harus dijunjung tinggi.

Sedangkan respons negatif dalam menanggapi pernyataan perusahaan melakukan penghormatan dan adat dan budaya setempat, responden sebesar 18.75%. Adapun variasinya adalah yang menyatakan tidak setuju sebesar 8.75% dan sangat tidak setuju sebesar 10%.



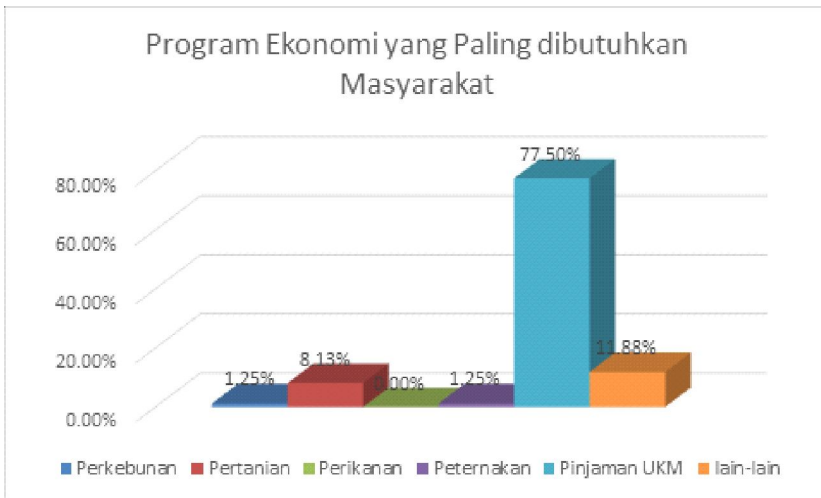
Gambar 5.13. Perusahaan Menghormati Adat dan Budaya Masyarakat Setempat

5.2.2 Harapan Masyarakat Mengenai CSR di Masa Mendatang

a) Ekonomi

Selain mengevaluasi pelaksanaan CSR, juga digali harapan masyarakat mengenai pelaksanaan CSR ke depan. Adapun Program yang paling dibutuhkan dalam bidang ekonomi adalah pinjaman UKM sebanyak 77,5%, responden menginginkan program ini berlanjut dan dipertahankan. Bagi Masyarakat program ini sangat membantu perekonomian masyarakat untuk memberikan tambahan modal atau memulai usaha. Beberapa hasil dari bantuan peminjaman untuk UKM dari perusahaan, berdasarkan hasil survei tingkat pendapatan responden sudah besar di atas 1.500.000,- hingga Rp5.000.000,-.

Kemudian bantuan pertanian masih dibutuhkan namun hanya sebagian kecil responden sebesar 8.13%. Diikuti oleh keinginan masyarakat agar perusahaan mengembangkan program bantuan peternakan dan perkebunan masing-masing 1.25%. Sisanya lain-lain sebesar 11.88% yang menginginkan variasi kebutuhan seperti pelatihan kewirausahaan, pelatihan peningkatan keterampilan yang mendukung usaha, pelatihan keterampilan perempuan dan pelatihan manajemen UKM.



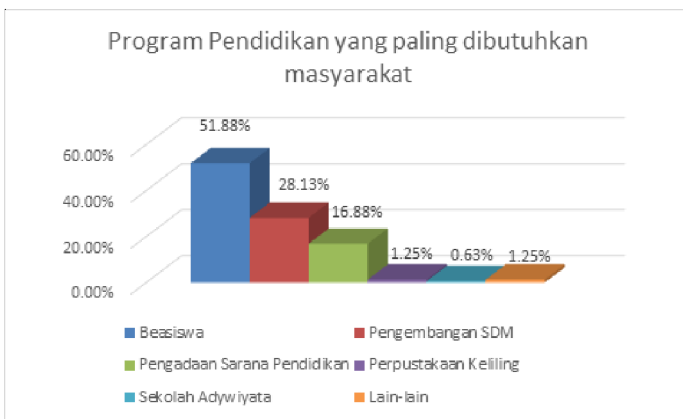
Gambar 5.14. Program Ekonomi yang Paling Dibutuhkan Masyarakat

b) Pendidikan

Program pendidikan yang paling dibutuhkan masyarakat dan perlu dipertahankan oleh perusahaan adalah pemberian beasiswa sebanyak 51.88% responden. 28.13% responden menyatakan pengembangan SDM menjadi penting. Diikuti pengadaan sarana pendidikan atau bantuan kepada sekolah-sekolah untuk memenuhi sarana prasarana pendidikan sebanyak 16.88% responden. Hal ini menemukan kesesuaian dengan pendapat tokoh masyarakat yang diwawancara secara mendalam (*indepth interview*) bahwa diperlukan Sekolah Menengah Atas Kimia (SMAK) atau perguruan tinggi di-

ploma kimia yang khusus disediakan untuk mengakomodir pengembangan SDM masyarakat sekitar perusahaan sehingga dana seperti bantuan beasiswa, kebutuhan SDM yang berkualifikasi sesuai kebutuhan perusahaan, pengembangan SDM masyarakat sekitar dapat terpenuhi secara menyeluruh. Menurut narasumber, Hal ini juga langkah yang tepat dan berkelanjutan bagi perusahaan untuk mencitrakan diri secara positif kepada masyarakat serta memberikan dampak yang luas dan berkelanjutan. Artinya ada *One stop community development services* yang dapat mencapai semua tujuan CSR Perusahaan.

Selain itu terdapat 1.25% responden yang meminta diadakan perpustakaan keliling untuk masyarakat sekitar. Komunitas-komunitas literasi perlu diberdayakan perusahaan karena komunitas tersebut sebagai ujung tombak pendidikan non-formal di masyarakat. Hanya 0.63% yang menyatakan perlu diadakan program sekolah Adiwiyata. Sisanya 1.25% memilih lain-lain seperti peningkatan kompetensi guru dan bantuan perlengkapan sekolah untuk anak-anak dari keluarga tidak mampu.



Gambar 5.15. Program Pendidikan yang Paling Dibutuhkan Masyarakat

c) Kesehatan

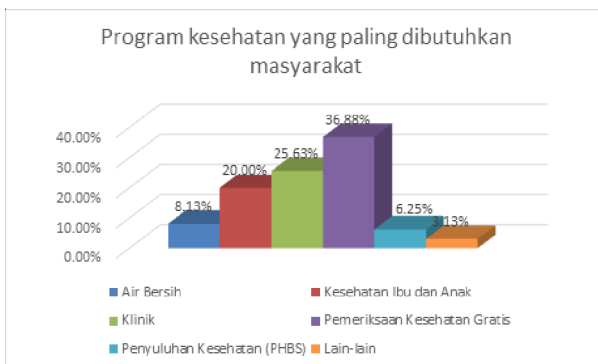
Program kesehatan yang perlu dipertahankan dan dikembangkan oleh perusahaan menurut keinginan masyarakat yaitu pemeriksaan

kesehatan gratis sebanyak 36.88% responden. Kemudian 25.63% responden menginginkan difasilitasi adanya klinik di lingkungan masyarakat sekitar perusahaan. Mengenai pengobatan gratis dan pengadaan klinik untuk masyarakat, menurut Tokoh Masyarakat Anyer yang menjadi narasumber kajian ini, menyatakan menjadi penting bagi citra perusahaan di mata masyarakat untuk memberikan pelayanan kesehatan yang berkelanjutan dan tidak sekedar acara pengobatan gratis yang karitatif (cuma-cuma). Tentunya manfaat yang dirasakan masyarakat secara nyata dan berkelanjutan pula.

Selain itu program kesehatan ibu dan anak seperti Posyandu, pemberian makanan tambahan untuk Balita dan sejenisnya menjadi prioritas yang perlu dilanjutkan karena sebanyak 20% responden menyatakan program kesehatan ibu dan anak menjadi program yang dibutuhkan masyarakat.

Program air bersih juga menjadi perhatian masyarakat sekitar perusahaan sebanyak 8.13% responden. Diketahui bahwa wilayah Gunung Sugih merupakan daerah dengan karakteristik tanah berkapur. Selain itu daerah Anyer dan Kosambironyok merupakan wilayah pantai dengan sumber air payau.

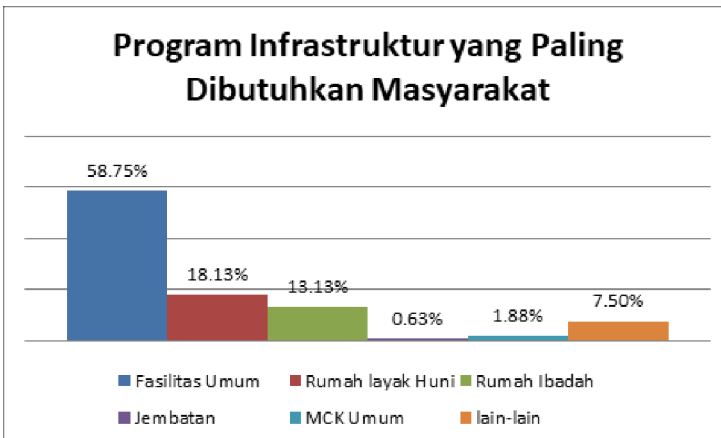
Kemudian sebanyak 6.25% responden menyatakan perlu diadakan penyuluhan kesehatan seperti Program Hidup Bersih dan Sehat (PHBS). Sisanya 3.13% responden menyatakan lain-lain seperti penyuluhan bahaya narkoba dan pemberian makanan bergizi untuk anak-anak.



Gambar 5.16.
Program Kesehatan yang Paling Dibutuhkan Masyarakat

d) Infrastruktur

Program infrastruktur yang paling dibutuhkan masyarakat secara umum adalah Pembangunan fasilitas umum sebanyak 58.75% responden. Kemudian diikuti harapan adanya program perbaikan atau bantuan rumah layak huni sebanyak 18.13% responden. Selanjutnya adanya pembangunan atau bantuan perbaikan rumah ibadah sebanyak 13.13% responden. Selain itu ada 1.88% responden yang menginginkan MCK Umum. Sedangkan 0.63% responden menyatakan perlu adanya pembangunan jembatan. Sisanya 7.5% responden menyatakan lain-lain seperti pembangunan sarana olah raga, bantuan pembangunan jalan, perbaikan sarana pendidikan dan kesehatan.

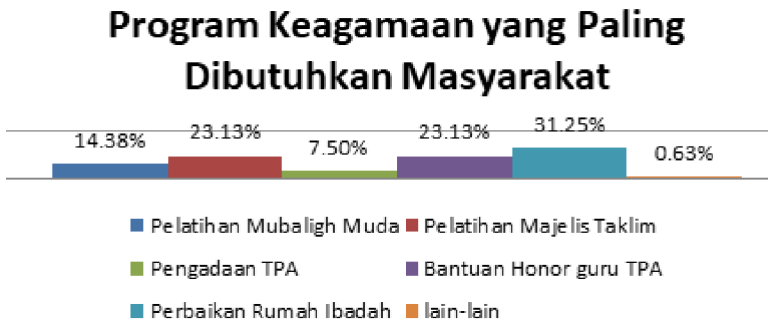


Gambar 5.17. Program Kesehatan yang Paling Dibutuhkan Masyarakat

e) Keagamaan

Program keagamaan yang harus diprioritaskan dan menjadi kebutuhan masyarakat adalah Perbaikan rumah ibadah dengan aspirasi sebanyak 31.25% responden. Sedangkan memberikan pelatihan majelis taklim menjadi kebutuhan selanjutnya dari masyarakat sekitar dengan besaran jumlah aspirasi sebanyak 23.13%. Selain itu terdapat aspirasi masyarakat sebesar 23.13% yang menyatakan perlunya Bantuan Honor guru TPA yang selama ini memang tidak pernah diberikan

perhatian. Aspirasi lain yang perlu diprioritaskan adalah kegiatan pelatihan Mubaligh Muda sebesar 14.38%. Disusul inisiatif pengembangan TPA atau pengadaan kelengkapan belajar mengajar untuk TPA sebesar 7.5%. Sisanya 0.63% aspirasi lain-lain seperti pelatihan seni budaya Islam.



Gambar 5.18. Program Keagamaan yang Paling dibutuhkan Masyarakat

f) Sosial Kemasyarakatan dan Budaya

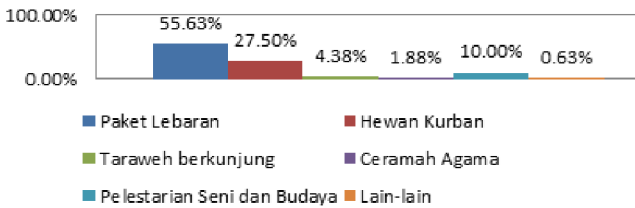
Program kemasyarakatan dan budaya yang harus menjadi perhatian perusahaan adalah adanya keinginan masyarakat mendapatkan paket lebaran dari perusahaan sebanyak 55.63% responden. Kemudian kebutuhan lainnya dari masyarakat adalah adanya bantuan hewan kurban dengan menyalurkan hewan kurban yang dikeluarkan oleh karyawan perusahaan ke masjid-masjid sekitar perusahaan. Hal tersebut juga dapat dimaknai hasil kurban yang dilakukan oleh panitia kurban perusahaan dapat dibagikan secara merata kepada fakir miskin di sekitar perusahaan. Besaran keinginan masyarakat tersebut sebesar 27.5% responden.

Terdapat 10% dari responden menyatakan perlu adanya pelestarian seni dan budaya masyarakat sekitar perusahaan. Hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan karena PT CAP sangat berdekatan dengan kawasan wisata anyar. Menjadi kewajiban CSR Perusahaan untuk membina seni dan budaya di kawasan wisata Anyar. Cara yang tepat adalah membangun Sanggar Seni dan Budaya dengan memunculkan nama perusahaan. Dampak yang akan dirasakan perusahaan,

bukan saja citra diri atau nama baik perusahaan yang diketahui oleh masyarakat umum dan para wisatawan tapi juga memberikan lapangan kerja kepada pegiat seni dan budaya.

Kegiatan Tarawih berkunjung merupakan momen di mana perusahaan dapat lebih dekat dengan masyarakat, terdapat 4.38% responden yang menginginkan kegiatan ini. Kegiatan lain yang diinginkan masyarakat adalah ceramah agama yang dapat mendatangkan para ulama, kiai dan ustaz berkualitas, dengan jumlah responden sebanyak 1.88%. Sisanya 0.63% responden mengajukan kebutuhan berupa pelatihan manajemen aparatur desa dan mengatasi kenakalan remaja.

Program Sosial Kemasyarakatan dan Budaya yang Paling Dibutuhkan Masyarakat



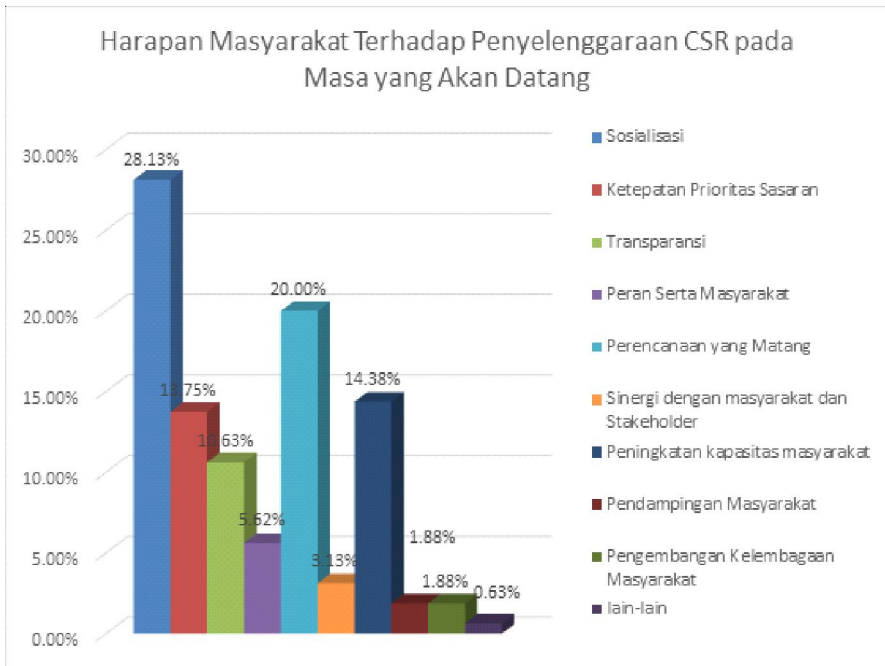
Grafik 5.19. Program Sosial, Kemasyarakatan, dan Budaya yang Paling Dibutuhkan Masyarakat

g) Harapan Masyarakat

Setelah menggali kebutuhan masyarakat, digali pula harapan masyarakat terkait penyelenggaraan CSR oleh PT CAP dan SMI di masa yang akan datang. Adapun harapan masyarakat dan perlu perhatian perusahaan adalah sosialisasi program harus lebih menyeluruh kepada masyarakat. Hal ini diharapkan oleh 28.13% responden. Kemudian Masyarakat diwakili oleh 20% responden menginginkan perusahaan dapat membuat perencanaan yang matang dalam membuat dan melaksanakan program CSR. Kemudian 14.38% responden meminta program dan kegiatan CSR dibuat dan dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan kapasitas masyarakat. Artinya ada kesadaran dari masyarakat program jangan hanya kegiatan karitatif saja.

Selanjutnya 13.75% masyarakat mengharapkan perusahaan dapat merencanakan dan melaksanakan kegiatan CSR tepat prioritas sasaran. 10,63% Masyarakat juga mengharapkan adanya transparansi dari kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan beberapa masyarakat didapati bahwa ketika program dan kegiatan yang diserahkan pengelolaannya kepada pihak desa, masyarakat tidak mendapatkan transparansi dari pihak desa/kelurahan. Adanya diskriminasi dan pemilihan sasaran yang pilih kasih berdasarkan kekerabatan.

Melibatkan peran serta masyarakat secara aktif dan partisipatif juga diinginkan 5.63% masyarakat. Diharapkan pula oleh masyarakat sebanyak 3.13% responden bahwa perusahaan harus bersinergi dengan masyarakat dan stakeholder. Adanya komunikasi intens kepada semua stakeholder. Masyarakat juga membutuhkan pendampingan dari pihak perusahaan serta adanya kegiatan pengembangan kelembagaan masyarakat masing-masing sebesar 1.88%.



Gambar 5.20. Harapan Masyarakat Terhadap Penyelenggaraan CSR pada Masa Mendatang

BAB VI

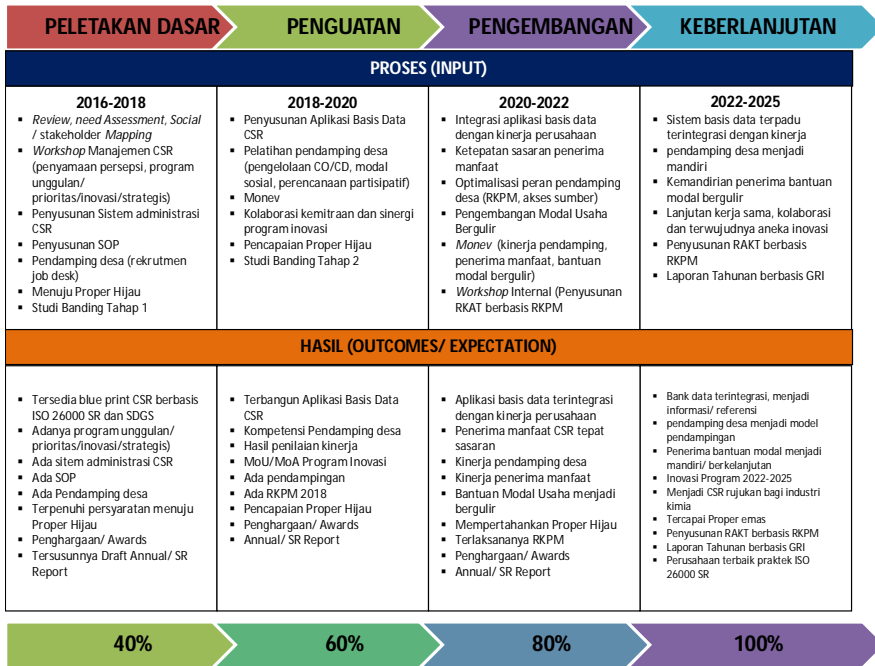
RENCANA STRATEGIS CSR

6.1 Rencana Strategis CSR PT CAP

Rencana Strategis (Renstra) ini dirancang selama sepuluh tahun, yang akan menjadi pedoman bagi pelaksanaan CSR PT CAP dalam melaksanakan kegiatan setiap Tahunnya.

Renstra terbagi ke dalam 4 (empat) tahapan: Peletakan Dasar (Tahun 2016-2018), Penguatan (Tahun 2018-2020), Pengembangan (Tahun 2020-2022), dan Keberlanjutan (Tahun 2022-2025). Pada setiap tahapan juga terdapat hasil dan ekspektasi yang dicapai setiap tahunnya.

Dengan adanya Renstra diharapkan memudahkan manajemen CSR PT CAP dalam membuat program, target dan realisasi tahunan, penganggaran, membuat *Key Performance Indicator* (KPI) masing-masing staf CSR, pembagian beban kerja masing-masing *section*, dan yang terpenting adalah pola kerja yang dibentuk bersifat fokus dan terarah dalam mencapai tujuan jangka panjang, yakni bisnis berkelanjutan yang ditopang oleh meningkatnya kesejahteraan masyarakat sekitar operasi perusahaan.



Gambar 6.1. Renstra PT CAP Tahun 2016-2020

6.1.1 Peletakan Dasar, Tahun 2016-2018

1. Hasil Review, Need Assessment dan Social Mapping

Hasil kajian ini dapat menjadi acuan menyusun *blueprint* CSR PT CAP berbasis ISO 26000 dan *Sustainable Development Goals* (SDGs)

2. Workshop Manajemen CSR PT CAP

Hasil kajian ini menjadi bahan dalam menyamakan persepsi, pemahaman dan pemilihan program yang strategis dan inovatif bagi manajemen CSR PT CAP.

3. Penyusunan Standar Administrasi CSR

Administrasi dalam penyelenggaraan kegiatan CSR bertujuan agar perusahaan tidak hanya kuat dalam konsep dan implementasi, namun juga didukung oleh kelengkapan dan kerapian administrasi. Standar administrasi meliputi: kebijakan, kode etik, basis data, penelitian dan pengembangan (*data collection, baseline survey*), siklus proyek, laporan (situasi, bulanan, tahunan,

pembaharuan, *reviu* keberlanjutan), monitoring dan evaluasi, hubungan stakeholder (media, LSM, pemerintah, komunitas), keluhan masyarakat (tanggap respons, antar departemen, resolusi konflik), publikasi (media, foto, video), anggaran dan laporan keuangan (perencanaan, beban anggaran, manajemen front, sponsor), dan tanggap darurat.

4. Penyusunan *Standard Operational Prosedure* (SOP)

Tersusunnya SOP yang mendukung dalam pelaksanaan kegiatan CSR baik yang bersifat umum maupun teknis, khususnya dalam siklus CSR meliputi: *Assessment* (kajian kebutuhan), *Plan of Treatment* (*Rencana Tindakan*), *Treatment Action* (*pelaksanaan kegiatan*), *Monitoring and evaluation*, *termination* (pemutusan program/bantuan) dan *after care* (tingkat keberdayaan berikutnya).

5. Pendamping Desa

Disiapkan pendamping tiap desa, dengan menempatkan atau merekrut 1 orang untuk setiap desa disesuaikan dengan ketersediaan lapangan yang tertuang dalam kontrak kerja. Bertujuan: sebagai agen/kepanjangan tangan perusahaan di tiap desa, pemrakarsa tahapan/siklus CSR, *enabler*, motivator bagi penerima manfaat, penyampai informasi, menyampaikan progres kegiatan CSR di desa, melakukan *monev*/penilaian kinerja penerima manfaat, melakukan pendampingan.

6. Persiapan Proper Hijau

PT CAP dan sebagai penerima penghargaan Proper dari Kementerian Lingkungan Hidup dengan peringkat biru. Perlu disiapkan pemenuhan persyaratan dalam upaya meningkatkan menjadi proper hijau dengan orientasi *beyond compliance*. Hal yang harus ditekankan pada aspek; melakukan pengelolaan lingkungan hidup melebihi ketaatan melalui sistem manajemen lingkungan, pemanfaatan sumber daya secara efisien, dan melakukan pemberdayaan masyarakat dengan baik

7. Studi Banding Tahap 1

Terlaksananya *benchmarking* baik bagi manajemen, pengelola/staf CSR maupun pendamping desa terkait; *best practice* penyeleng-

garaan CSR, pemberdayaan dan pengorganisasian masyarakat, pengelolaan sistem dan administrasi CSR, sistem basis data CSR terpadu, *Success Story* pencapaian Proper Biru Menjadi Hijau, Program-program unggulan, *best practice* program bantuan usaha bergulir.

8. Penghargaan/*Awards*

Berbagai penghargaan/apresiasi yang diperoleh dapat dipertahankan dan ditingkatkan.

9. Laporan Tahunan

Tersedia laporan tahunan berbasis Global Reporting Indeks (GRI)

6.1.2 Penguatan, Tahun 2018-2020

1. Aplikasi Basis Data CSR

Tersedia aplikasi sistem informasi terpadu berupa basis data CSR meliputi: peta sosial, peta komunitas sasaran/pemangku kepentingan, peta kebutuhan, peta penerima manfaat, peta kerentanan, peta proyeksi, bank data kegiatan-kegiatan inovasi.

2. Pelatihan Pendamping Desa

Pendamping yang telah direkrut/dipilih dari setiap desa, memiliki pengetahuan dan keterampilan;

- Prinsip pengelolaan *Community Development* (CD),
- teknik pengorganisasian masyarakat,
- strategi pemberdayaan masyarakat,
- peran, tugas dan fungsi pendamping
- pengelolaan modal sosial
- perencanaan partisipatif
- capacity building
- Pengadministrasian dan SOP CSR
- Penguasaan analisa kelayakan/pembiayaan
- Perencanaan pembiayaan
- Penguasaan CAMEL (Capital, Asset, Manajemen, Equity, Liquiditas)
- Monev dan laporan keuangan

3. Studi Banding Tahap 2

Terlaksananya *benchmarking* baik bagi manajemen, pengelola/staf CSR maupun pendamping desa terkait; *best practice* penyelenggaraan CSR, pemberdayaan dan pengorganisasian masyarakat, pengelolaan sistem dan administrasi CSR, system basis data CSR terpadu, *Success Story* pencapaian Proper Biru Menjadi Hijau/Emas, Program-program unggulan, *best practice* program bantuan usaha bergulir.

4. Monitoring dan Evaluasi

Terlaksananya kegiatan Monev untuk mengukur: ketercapaian kegiatan antara perencanaan dan implementasi, pencapaian indikator keberhasilan setiap kegiatan, terpetakan kendala, hambatan dan solusi, evaluasi formatif untuk perbaikan kegiatan, serta persepsi dan IKM.

5. Kolaborasi Kemitraan dan Sinergi Program Inovasi

Membangun kolaborasi kemitraan dengan kementerian lingkungan hidup, perguruan tinggi, pemerintah daerah, pemrakarsa sosial, dan aneka mitra PT CAP dalam bentuk Memorandum Of Agreement (MoU) dalam mengembangkan program-program inovasi khususnya untuk pencapaian Proper Hijau.

6. Proper Hijau

Pencapaian Proper Hijau dengan dukungan perbaikan manajemen, sistem dan sumber daya pengelola CSR dan adanya program dan kegiatan inovatif.

7. Penghargaan/Awards

Berbagai penghargaan/apresiasi yang diperoleh dapat dipertahankan dan ditingkatkan yang telah dicapai pada tahap peletakan dasar.

8. Laporan Tahunan

Tersedia laporan tahunan berbasis GRI

6.1.3 Pengembangan, Tahun 2020-2022

1. Pengembangan Aplikasi Basis Data CSR

Aplikasi sistem informasi terpadu berupa basis data CSR terintegrasi dengan kinerja perusahaan dalam situs PT CAP.

2. Ketepatan Sasaran

Berdasarkan pengembangan basis data yang dikaji berdasarkan reviu, IKM, *need assessment* ketepatan sasaran penerima manfaat CSR PT CAP mencapai 90%.

3. Optimalisasi Peran Pendamping Desa

- Pendamping desa yang telah terlatih mampu melaksanakan; aplikasi basis data,
- dapat menyusun Rencana Kerja Pemberdayaan Masyarakat (RKPM),
- pengadminsitrasian dan implementasi CSR berdasarkan SOP,
- melakukan lobi/akses sumber dukungan dan pembiayaan tidak hanya dari PT CAP.
- Melakukan Monev perkembangan penerima manfaat CSR
- Melakukan praktik transparan dan akuntabel

4. Pengembangan Modal Usaha Bergulir

Kinerja jumlah kelompok yang sudah didampingi minimal:

- Hanya 20% dari jumlah kelompok masuk kategori tidak tumbuh
- 30% tumbuh dan berkembang
- 30% berkembang
- 20% berkembang menuju mandiri

5. Monitoring dan Evaluasi

Terlaksananya kegiatan monev oleh manajemen CSR perusahaan terkait:

- kinerja pendamping desa,
- penerima manfaat,
- kinerja penerima bantuan modal usaha bergulir,
- tercapainya indikator keberhasilan setiap program,
- meningkatnya persepsi positif dan IKM

6. Lanjutan Kerja sama Komitmen dan Kolaborasi Program Inovasi

Reviu hasil kolaborasi kemitraan dengan Kementerian Lingkungan Hidup, Perguruan Tinggi, Pemerintah Daerah, pemrakarasa sosial, dan mitra PT CAP dan lainnya dalam mengembangkan

program-program inovasi untuk mendukung Proper Hijau dan rencana tindak lanjut.

7. *Workshop Internal Tim CSR PT CAP*

Tersusunnya RKPM oleh pendamping desa, menjadi dasar dan acuan dalam penyusunan RKAT.

8. *Proper Hijau*

Tercapainya Proper Hijau, mampu mempertahankannya dengan adanya program inovasi

9. *Penghargaan/Awards*

Berbagai penghargaan/apresiasi yang diperoleh dapat dipertahankan dan ditingkatkan yang telah tercapai pada tahapan pengembangan.

10. *Laporan Tahunan*

Tersedia laporan tahunan berbasis GRI

6.1.4 Keberlanjutan, Tahun 2022-2025

1. *Bank Data Program CSR berbasis Sistem Aplikasi*

Aplikasi sistem basis data terpadu CSR terintegrasi dengan kinerja perusahaan dalam situs PT CAP.

2. *Kemandirian Pendamping Desa*

- Pendamping desa sudah melaksanakan kegiatannya sesuai dengan Tupoksi, basis data, sistem administrasi dan SOP.
- Mampu melakukan *community self survey* pada masing-masing wilayah
- Mampu menyusun RKPM tiap tahun, konsisten dalam pelaksanaan SOP
- Mahir dalam melakukan lobi/akses ke berbagai sistem sumber
- Monev perkembangan penerima manfaat dilaksanakan secara berkala
- Bekerja berdasarkan prinsip transparan, akuntabel dan integritas
- Mampu menyusun Rencana Tindak Lanjut
- Mampu menilai kelayakan proposal dan pembiayaan sebagai seleksi tahap awal sebelum masuk ke manajemen perusahaan

3. **Kemandirian Program Modal Usaha Bergulir**

Kinerja jumlah kelompok yang sudah didampingi minimal:

- Hanya 20% dari jumlah kelompok masuk kategori tumbuh berkembang
- 30% berkembang
- 50% berkembang menuju mandiri
- 20% mandiri dan berkelanjutan

4. **Monitoring dan Evaluasi**

Kegiatan monev oleh manajemen CSR perusahaan sudah bersifat berkala terkait:

- kinerja pendamping desa,
- penerima manfaat,
- kinerja penerima bantuan modal usaha bergulir,
- tercapainya indikator keberhasilan setiap program,
- meningkatnya persepsi positif dan IKM
- Menjadi bahan evaluasi formatif dan sumatif

5. **Lanjutan Kerja Sama, Komitmen dan Kolaborasi Program Inovasi**

Reviu hasil kolaborasi kemitraan dengan Kementerian Lingkungan Hidup, Perguruan Tinggi, Pemerintah Daerah, dan Pemrakarsa Sosial dan mitra PT CAP dalam mengembangkan program-program inovasi untuk mendukung pencapaian Proper dari Hijau ke Proper Emas, dan aneka rencana tindak lanjut.

6. **Workshop Internal Tim CSR PT CAP**

Penyusunan RKAT berbasis RPKM sehingga bersifat efektif dan efisien berbasis kebutuhan masyarakat dan keberlanjutan.

7. **Penghargaan/Awards**

Berbagai penghargaan/apresiasi yang diperoleh dapat dipertahankan dan ditingkatkan yang telah tercapai pada tahapan pengembangan dan keberlanjutan.

8. **Laporan Tahunan**

Tersedia laporan tahunan berbasis GRI dan menjadi perusahaan terbaik dalam melaksanakan praktik CSR berbasis ISO 26000

6.2. Program Prioritas

1. Program Bidang Kesehatan

- Pembangunan/Penyediaan Sarana Kesehatan (Mobil Klinik Keliling/Klinik/Rumah Sakit) milik perusahaan.
- Peningkatan Fasilitas Kesehatan
- Pengembangan Posyandu (Menuju Kemandirian)
- \$Pemberdayaan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS)

2. Program Bidang Pendidikan

- Pendampingan Sekolah Adiwiyata
- Pengembangan kapasitas dan kompetensi guru
- Pembangunan/Penyediaan SMK kekhususan Kimia untuk menyerap tenaga kerja lokal, berdasarkan *core business* perusahaan.
- Pembangunan/penyediaan Balai Latihan Kerja (BLK) sebagai sarana pelatihan keterampilan masyarakat, baik untuk suplai tenaga kerja bagi perusahaan maupun untuk berwirausaha.

3. Program Bidang Ekonomi

- Pemberdayaan Ekonomi Rumah Tangga Miskin
- Pemberdayaan Usaha Ekonomi Produktif Khusus Kader Posyandu
- Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah
- Pemberdayaan Pengusaha Lokal (*Local Business Development*)
- Pemberdayaan Lembaga Keuangan Mikro

4. Program Bidang Sosial dan Lingkungan

- Pembangunan Infrastruktur
- Pelestarian Budaya Lokal dengan membentuk sanggar seni budaya
- Pemberdayaan Usaha Tanaman Endemik
- Pemberdayaan dan Penguatan Kelembagaan Desa

DAFTAR PUSTAKA

- Annual Report* (2018). PT Chandra Asri Petrochemical Tbk
- Fuad, Anis, dkk. *Review, Social Mapping and Need Assessment PT Chandra Asri Petrochemical (CAP) dan PT Styrimdo Mono Indonesia (SMI)* (2016). Final Report. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
- Freeman, R. E., (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston: Pitman Publishing
- Kotler, Philip, Lee, dan Nancy. 2005. *Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good for Your Cause*. New Jersey : John Willey & Sons Inc.
- Guidance On Social Responsibility, Document ISO 26000, 2008.*
- Khairandy, Ridwan.(2008). *Corporate Social Responsibility: Dari Shareholder Ke Stakeholder, Dan Dari Etika Bisnis Ke Norma Hukum*.
- Rahmatullah& Kurniati, Trianita. (2011). *Panduan Praktis Pengelolaan CSR (Corporate Social Responsibility)*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Rahmatullah (2016). *Buku Pintar CSR*. Yogyakarta: Samudera Biru
- Sustainability Report* (2018). PT Chandra Asri Petrochemical Tbk
- Tanari, Adrianus. *Materi Training CSR as per ISO 26000*, Jakarta. Valueconsult, 2009
- Utama, Sidharta (2010). *Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggung jawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia*
- Wibisono, Yusuf. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik. Fascho Publishing, 2007.

