

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORSINALITAS TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	3
BAB II LANDASAN TEORI	
2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)	4
1. Tujuan Corporate Social Responsibility (CSR)	8
2. Piramida Corporate Social Responsibility (CSR)	10
2.3 Teori <i>Stakeholder</i>	11
2.4 Konsep Triple Bottom Line	12
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	15
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	15
3.3 Sumber Data	15
3.4 Teknik Pengumpulan Data	16
3.5 Teknik Analisis Data	16
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan PT Pertamina	18
1. Sejarah PT Pertamina Depot Bitung	20
2. Visi, Misi, Tata nilai PT Pertamina Bitung.....	21
3. Struktur Organisasi PT Pertamina Bitung.....	23
4.2 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan/CSR PT Pertamina Bitung ..	25
4.3 Program CSR PT Pertamina Bitung.....	27
4.4 Proses Implementasi CSR PT Pertamina Bitung	29
4.5 Analisis Implementasi Program CSR PT Pertamina Bitung	
Menggunakan Konsep <i>Triple Bottom Line</i>	31
4.6 Manfaat dari Implementasi CSR PT Pertamina Bitung	34

BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	35
5.2 Rekomendasi	36
DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perusahaan diberbagai belahan dunia sedang gencar berkompetisi untuk menjadi yang terbaik dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya dengan cara berinteraksi secara langsung dengan lingkungan sekitar. Kegiatan ini merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan. Aktivitas membantu masyarakat atau komunitas lokal dilakukan perusahaan pada dasarnya dapat dikategorikan menjadi beberapa bagian di antaranya: merupakan aktivitas persaingan dengan perusahaan lain untuk menjaga pelanggan dari produk yang diciptakan, karena adanya desakan dari kondisi masyarakat untuk mencegah konflik, hal ini dikarenakan perusahaan menggunakan sumber-sumber daya yang secara keseluruhan berasal dari lingkungan, hal ini menyebabkan perusahaan mempunyai tanggung jawab yang sangat besar terhadap lingkungan. karena memang suatu kewajiban yang dibebankan adalah aturan dari pemerintah dan juga untuk menciptakan *image* yang baik. (Rudito & Famiola, 2013).

Masyarakat pun sudah menyadari akan adanya tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya atau dana CSR dari perusahaan untuk masyarakat yang harus dikeluarkan. Pengetahuan dari masyarakat tentang dana CSR sering menjadi 'senjata' bagi masyarakat untuk mengeruk keuntungan dari perusahaan dengan dalih pencemaran. Adanya perekrutan tenaga kerja yang tidak mengutamakan masyarakat lokal untuk tenaga kerja dan bahkan memunculkan kekerasan (konflik) antara masyarakat dan perusahaan yang berakibat pada kerugian di kedua belah pihak. Pemahaman tanggung jawab sosial perusahaan yang berupa dana ini seakan menjadi wacana yang harus dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mendapatkan keuntungan. perusahaan yang mengalami ini pada umumnya perusahaan dalam skala besar. CSR atau Corporate Social Responsibility akhirnya berkembang secara 'liar' baik dari konsepnya maupun dalam penerapannya. Adanya undang-undang yang diterbitkan

oleh pemerintah ditanggapi atau dipahami secara berbeda-beda oleh masing-masing unit usaha atau korporat. Bahkan juga dipahami oleh sebagian masyarakat untuk mendapatkan keuntungan tertentu. Kata-kata kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi titik pangkal pada kekisruhan ini, sehingga beberapa perusahaan akan mewartakan ongkos CSR-nya dalam laporan-laporan tahunannya, bukan pada proses kegiatannya (Rudito & Famiola, 2013).

Pada dasarnya perusahaan dan masyarakat adalah stakeholder yang saling membutuhkan dan memengaruhi satu dengan yang lainnya. Hubungan keduanya harus bersifat saling percaya sebagai satu kesatuan modal sosial, sebagai satu kesatuan berarti korporat sangat membutuhkan masyarakat sebagai stakeholdernya. CSR adalah komitmen bisnis untuk berperilaku etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, serta masyarakat lokal dan masyarakat pada umumnya. Dari sini dipahami bahwa CSR dapat terlaksana ketika perusahaan beroperasi secara etis, sesuai dengan etika bisnis yang dapat melekat dalam perusahaan yang tidak terlalu mengejar keuntungan secara finansial. Penerapan CSR ke dalam perusahaan biasanya berupa pemberian fasilitas baik pendidikan, kesehatan, atau perumahan kepada karyawan dan keluarga karyawan.

Berdasarkan hasil survey awal yang dilakukan peneliti pada bulan oktober 2015 di PT. PERTAMINA (persero) TBBM Bitung. maka peneliti menemukan bahwa seiring dengan berkembangnya konsep CSR, telah banyak teori yang muncul dimana setiap perusahaan yang menerapkan program CSR memakai konsep tertentu sebagai standar untuk pelaksanaannya. Salah satu konsep yang digunakan adalah konsep *Triple Bottom Line*, dimana teori ini memberikan pandangan bahwa jika sebuah perusahaan ingin memepertahankan kelangsungan usahanya maka perusahaan tersebut harus memperhatikan tiga poin penting yang dikenal dengan istilah “3P” yaitu selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). (Yusuf Wibisono, 2007). Dari teori diatas maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian dengan judul “**Analisis**

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) berdasarkan Konsep *Triple Bottom Line* pada PT. PERTAMINA (*persero*) Bitung". Berdasarkan judul yang penulis ambil Penulis ingin mengetahui sejauh mana Konsep *Triple Bottom Line* (Hubungan Garis segitiga) ini diterapkan oleh PT.Pertamina Bitung apakah berhasil atau tidak dan unsur-unsur apa saja yang termasuk dalam 3 konsep *triple Bottom Line*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka untuk lebih fokusnya penulis mempersempit cakupan penelitiannya, sehingga rumusan masalahnya adalah Bagaimana Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) berdasarkan Konsep *Triple Bottom Line* pada PT.Pertamina (*persero*) Bitung.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui unsure-unsur apa saja yang terkait dengan konsep *Triple Bottom Line*.
2. Untuk mengetahui implementasi konsep *Triple Bottom Line* pada program CSR di PT Pertamina (*persero*) Bitung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Memperkaya pengetahuan mengenai standar dasar dalam pelaksanaan CSR bagi perusahaan-perusahaan.
2. Memberikan kontribusi bagi pengembangan pengetahuan terutama yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social responsibility*).
3. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.