

Peran Pertamina Patra Niaga dalam Mengimplementasikan Tahapan Program Pengembangan Masyarakat di Tambakharjo

Ni Putu Limarandani^{1*}; AA Ketut Patera²

¹ LSPR Institute of Communication & Business, Central Jakarta, Indonesia

² STAH Dharma Nusantara Jakarta, East Jakarta, Indonesia

*Corresponding author: limarandani@lsp.edu, agungpatera@gmail.com

Article History

Received: April 7, 2024

Revised: June 20, 2024

Accepted: July 25, 2024

Published online: July 31, 2024

ABSTRACT

Ideally, a company's CSR activities always bring positive changes to the beneficiaries. This has also been implemented by one of the large state-owned companies in Indonesia, namely Pertamina. Through community development activities implemented in Tambakharjo Village (Semarang), the community can experience improvements in the level of economic welfare through MSMEs in the culinary sector, namely "Kampung Kuliner Pujasera Energi". This culinary district was built in 2019 at residential areas in which the public buy various culinary delights. Run daily by housewives working in this informal business instead of working as pond farmers previously, these culinary units bring economic progress to families and surrounding communities. Based on qualitative research, the authors met several informants living around Tambakharjo who shared their thoughts while involved as partners at a CSR program. Then, this article will discuss the role of Pertamina in implementing various steps in fostering community development in the Tambakharjo area. By observing and describing the results of interviews from various sources from various stakeholders, as the result, Pertamina Patra Niaga has succeeded in carrying out the stages of the community relations process through: engagement, assessment, planning, formulating action plans, implementation, evaluation and results of changes and termination. Lastly, this research may give theoretical implications related to CSR studies in the future.

ABSTRAK

Idealnya, kegiatan CSR suatu perusahaan selalu membawa perubahan positif bagi penerima manfaatnya. Hal ini juga telah diterapkan oleh salah satu perusahaan pelat merah besar di Indonesia yaitu Pertamina. Melalui kegiatan pengembangan masyarakat yang dilaksanakan di Desa Tambakharjo (Semarang), masyarakat dapat merasakan peningkatan tingkat kesejahteraan ekonomi melalui UMKM bidang kuliner yaitu "Kampung Kuliner Pujasera Energi". Kawasan kuliner ini dibangun pada tahun 2019 di kawasan pemukiman yang menjadi tempat masyarakat membeli berbagai kuliner. Dijalankan sehari-hari oleh ibu-ibu rumah tangga yang bekerja di usaha informal ini dibandingkan sebelumnya bekerja sebagai petani tambak, unit kuliner ini membawa kemajuan ekonomi bagi keluarga dan masyarakat sekitar. Berdasarkan penelitian kualitatif, penulis bertemu dengan beberapa informan yang tinggal di sekitar Tambakharjo yang berbagi pemikirannya selama terlibat sebagai mitra dalam program CSR. Kemudian, artikel ini akan membahas tentang peran Pertamina dalam melaksanakan berbagai langkah dalam mendorong pengembangan masyarakat di kawasan Tambakharjo. Dengan mengamati dan memaparkan hasil wawancara dari berbagai narasumber dari berbagai pemangku kepentingan, maka Pertamina Patra Niaga telah berhasil menjalankan tahapan proses

	hubungan masyarakat melalui: pelibatan, penilaian, perencanaan, perumusan rencana aksi, pelaksanaan, evaluasi dan akibat perubahan dan penghentian. Dan yang terakhir, penelitian ini dapat memberikan implikasi teoritis terkait penelitian CSR di masa depan.
DOI:	Keywords: Pertamina, community relations, Tambakharjo
	Kata kunci: Pertamina, pengembangan masyarakat, Tambakharjo

PENDAHULUAN

Perubahan industri tentunya membawa dampak tersendiri bagi masyarakat sekitarnya. Dari berbagai kota di Indonesia yang menunjukkan kemajuan, salah satu wilayah yang telah terdampak adalah Tambakharjo (Jawa Tengah). Di daerah ini, sektor perekonomian telah mengalami pergeseran. Terjadi perubahan masif yang menyebabkan pergeseran pada kesejahteraan masyarakat. Semula, masyarakat hidup dengan mengandalkan mata pencaharian sebagai petani tambak. Namun kemajuan kota dengan pembangunan-pembangunan fisik yang gencar diwujudkan, telah turut menciptakan adanya alih fungsi kota. Masyarakat Tambakharjo harus tergusur dari pekerjaan turun temurun tersebut dikarenakan pengalihan fungsi lahan tambak menjadi hunian modern. Sehingga, munculah persoalan baru dari warga yang kehilangan pekerjaan utama mereka. Warga harus mencari mata pencaharian baru sebagai ganti area tambak menjadi kawasan perumahan.

Pembangunan yang turut berdampak pada munculnya persoalan baru, tentu harus disiasati dengan solusi yang tepat, yang dapat menguntungkan warga sekitar yang terdampak. Selain dari sisi pemerintah, masih sangat diperlukan kontribusi dari berbagai ragam badan usaha untuk bahu-membahu mengatasi persoalan sosial, terlebih menyangkut pengangguran yang merupakan imbas hilangnya pekerjaan utama di Masyarakat Tambakharjo tersebut.

Untuk itu, kehadiran salah satu BUMN terbesar di Indonesia, yakni Pertamina Patra Niaga, menjadi solusi untuk mengisi kebutuhan tersebut. Konsisten dalam merealisasikan *community relations*, pihak Pertamina Patra Niaga memulai dan mengembangkan serangkaian aktivitas CSR (*Corporate Social Responsibility*) demi mewujudkan kesejahteraan masyarakat Tambakharjo yang terpuruk secara perekonomian. Secara berkala, dalam menjalankan aktivitas pengembangan komunitas, Pertamina Patra Niaga telah mencanangkan berbagai program di kelurahan-kelurahan di kota Semarang (Jawa Tengah). Pada artikel ini, Pertamina Patra Niaga menginisiasi beberapa program yang ditujukan kepada masyarakat khususnya di Kelurahan Tambakharjo, seperti pembentukan UMKM.

Adapun eksistensi UMKM yang merupakan salah satu sektor usaha yang mampu bertahan melalui masa krisis ekonomi, termasuk di masa COVID-19 yang melanda Indonesia, membuktikan bahwasanya sektor perekonomian berbasis pada kerakyatan telah terbukti menjadi sebuah *role model*. Selain itu, UMKM juga merupakan sektor usaha yang paling banyak menyerap tenaga kerja sehingga mampu mengurangi tingkat pengangguran dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sehingga perlu dipertahankan peranan UMKM dalam sistem perekonomian, strategi yang perlu dilakukan agar UMKM dapat berkembang serta cara menumbuhkan jiwa kewirausahaan bagi masyarakat (Permana, 2017).

Untuk itu, penulis mengangkat ‘Kampung Kuliner Pujasera Energi’ yang menjadi UMKM bentukan Pertamina Patra Niaga yang digagas pada 2019 silam yang bertujuan membantu kehidupan perekonomian warga setempat. Bermula dari kondisi sosial yang melanda masyarakat di Kelurahan Tambakharjo telah menggerakkan Pertamina Patra Niaga (Semarang) menginisiasi dan menggalakkan *community development program* bagi masyarakat setempat. Berdasarkan survei yang sebelumnya dilakukan, tercatat setidaknya 42% potensi warga di bidang usaha kuliner (*social mapping* 2021). Pada dasarnya, usaha kuliner bisa dijalankan oleh siapa saja, termasuk warga Tambakharjo.

Selama kurang lebih enam bulan sejak disosialisasikan ke warga sekitar Kelurahan Tambakharjo, mulai terlihat geliat masyarakat setempat untuk mengaktualisasikan aktivitas Kampung Kuliner Pujasera Energi’ tersebut. Adapun penamaan ‘energi’ dikarenakan UMKM tersebut memanfaatkan energi baru terbarukan—dari yang biasanya menggunakan listrik PLN beralih ke pemanfaatan alam yaitu tenaga sinar matahari dan angin. Sebelum berjalan sebagaimana sekarang, UMKM dibidang kuliner tersebut terbentuk dari latar belakang terjadinya perubahan fungsi lahan di wilayah kelurahan Tambakharjo. Sebelumnya, berdasarkan data yang terhimpun, tercatat tingkat kemiskinan di Jawa Tengah sebesar 9.92%. Termasuk, masyarakat Tambakharjo yang berada di garis kemiskinan sebesar 31,09% (Social Mapping 2018 Pertamina Patra Niaga).

Kondisi tersebut dipicu dari fakta dimana sebelumnya mata pencaharian utama para warga tergantung pada usaha tambak ikan. Namun, setelah 2018, terjadi peralihan lahan tambak menjadi area perumahan yang memaksa petani tambak kehilangan pekerjaan. Alhasil, pengangguran tidak terelakkan, terdampak dari peralihan lahan tersebut. Kondisi tersebut semakin diperparah selama virus COVID-19 melanda kurang lebih dua tahun lamanya yang menyebabkan sulitnya warga mendapatkan pekerjaan baru. Sehingga, semakin menambah jumlah pengangguran akibat masyarakat di kelurahan Tambakharjo juga harus ‘dirumahkan’ atau di PHK. Sementara di sisi lain, masih terdapat lahan produktif milik pemerintah daerah setempat yang belum didayagunakan secara maksimal untuk kepentingan publik. Adapun lahan yang dimaksud berlokasi di kantor kelurahan Tambakharjo. Selain kantor kelurahan, hanya terbentang lapangan hijau yang digunakan untuk kegiatan olahraga sepak bola. Selebihnya, masih berupa lahan kosong yang kemudian dibangun gerai usaha UMKM kuliner yang kini telah berjalan selama empat tahun.

Berdasarkan paparan tersebut, tidak terelakkan lagi bahwasanya perusahaan besar wajib memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*) kepada masyarakat sekitar. Dari beragam CSR yang dicanangkan, aktivitas pengembangan masyarakat (*community relations*) menjadi penting ditujukan bagi pemberdayaan masyarakat setempat. Untuk memahami konsep *community development* tersebut, setidaknya terdapat definisi yang memperkuat esensi pengelolaannya. Wibhawa (2010) menjelaskan dimana kegiatan pengembangan masyarakat (*community development*) tidak lain mengacu pada pengorganisasian masyarakat (*community organizing*) yang bermakna mengorganisasikan masyarakat sebagai sebuah sistem untuk melayani warganya dalam kondisi yang terus berubah (dalam Hidayat., et all, 2020). *Community relations* tidak semata-mata hanya membangun hubungan baik dengan komunitas sekitar lokasi perusahaan untuk mendapatkan lisensi sosial. Tanggung sosial korporasi (CSR) tidak semata-mata dimaknai hanya sebagai kegiatan organisasi, melainkan harus menjadi “roh” organisasi yang mendasari semua pengambilan keputusan yang dilakukan oleh organisasi (Muyasaroh, 2016).

Untuk itu, lebih lanjut menyimak pendapat Iriantara (2004) yang menekankan dua pendekatan dalam *community relations*. Pertama, dalam konteks *Public Relations* (PR) lama yang memosisikan organisasi sebagai pemberi donasi, maka program *community relations* hanyalah bagian dari aksi dan komunikasi dalam proses PR. Kedua, yang memosisikan komunitas sebagai mitra dan konsep komunitasnya bukan sekedar orang-orang yang berdiam di sekitar wilayah operasi organisasi. *Community relations* dianggap program tersendiri yang merupakan wujud tanggung jawab sosial organisasi. Organisasi menampilkan sisi dirinya sebagai satu lembaga sosial, yang bersama-sama dengan komunitas berusaha memecahkan permasalahan yang dihadapi komunitas. Organisasi dan komunitas sama-sama memberikan sumber daya yang dimilikinya untuk memecahkan permasalahan dan mencapai tujuan kemaslahatan bersama (dalam Muyasaroh, 2016).

Lebih lanjut, Cutlip dkk (2000) menekankan bahwasanya program *community relations* dilaksanakan untuk mencapai beberapa tujuan, yaitu: 1) memberikan informasi pada komunitas tentang organisasi itu sendiri, produk yang dihasilkan, pelayanan yang diberikan serta aktivitas yang dilakukan; 2) meluruskan kesalahpahaman dan menanggapi kritikan publik disertai upaya menggalang dukungan dan opini yang positif; 3) mendapatkan dukungan secara hukum yang akan mempengaruhi iklim kerja komunitas; 4) mengetahui sikap, pengetahuan dan harapan komunitas; 5) mendukung sarana kesehatan, pendidikan, rekreasi dan aktivitas budaya; 6) mendapatkan pengakuan yang baik dari pemerintah setempat; serta 7) membantu perkembangan ekonomi lokal dengan membeli barang-barang kebutuhan dari wilayah setempat (dalam Yudarwati, 2013).

Dari pemaparan situasi dan kondisi di atas, pada kenyataannya, masih tersisa persoalan yakni ketiadaan sarana dan prasarana untuk berwirausaha. Sehingga, usaha kuliner yang dijalankan warga kurang optimal yang ditandai salah satunya dengan penurunan omset. Oleh karenanya, solusi yang ditawarkan adalah memaksimalkan literasi kepada pelaku UMKM agar mampu mengatasi tantangan yang ada. Dengan demikian, persoalan penelitian yang disajikan pada penelitian ini adalah untuk mencari tahu bagaimana peran Pertamina Patra dalam mengimplementasikan tahapan program pengembangan masyarakat di Tambakharjo.

METODE PENELITIAN

Berangkat dari pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis, artikel ini mengupas aktivitas UMKM di bidang kuliner yang berlokasi di Kelurahan Tambakharjo, Semarang. Dengan metode deskripsi, penulis berupaya mengangkat fenomena sedeskriptif mungkin. Dengan menitikberatkan unit analisis pada usaha kuliner yang dijalankan para pelaku kuliner di Pujasera Energi sebagai objek penelitian, penulis juga memilih pengelola kuliner serta pengelola *community development* sebagai subjek penelitian.

Untuk itu, penulis telah melakukan pengumpulan data primer dan data sekunder dalam proses penelitian. Data secara primer telah dikumpulkan melalui observasi langsung di lokasi UMKM ‘Kampung Kuliner Pujasera Energi’ pada 19-20 Februari 2023 untuk memahami kegiatan yang tengah berlangsung. Selain pengamatan

langsung, pendokumentasian berbagai literatur yang berkaitan dengan kegiatan CSR Pertamina Patra Niaga di Semarang dijadikan bagian dari data sekunder.

Kemudian, penulis melakukan wawancara mendalam, berdiskusi kepada Brasto Galih Nugroho (*Communication, Relations & CSR Manager* dari Pertamina Patra Niaga Jawa Tengah) selaku *key informant* serta Rinaldy Putra (*community development program coordinator*), Mursid (ketua kelompok UMKM Kampung Kuliner Pujasera) beserta perwakilan dari pelaku kuliner selaku para informan. Adapun teknik penentuan informan dalam penelitian ini dipilih dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria informan yang ditetapkan sebagai berikut (Sugiyono, 2014):

- a. informan sepenuhnya mengetahui sejarah dan perkembangan UMKM
- b. informan terlibat interaksi dengan warga di sekitar UMKM, sedikitnya satu tahun
- c. informan merupakan masyarakat di Kelurahan Tambakharjo

Dengan rampungnya pengumpulan data, langkah selanjutnya adalah menganalisis data menggunakan model dari Miles-Huberman. Keseluruhan data yang tersaji (*data display*) dipilah untuk diklasifikasikan (reduksi data) berdasarkan konsep yang relevan, yakni *community relations* yang akhirnya diverifikasi hingga mencapai kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berkaca pada penelitian sebelumnya (Zubair, F. (2020), perusahaan yang menjalankan kegiatan *community relations* perlu mempertimbangkan etika. Dalam hal ini, penerapan etika oleh perusahaan menjadi dasar pada kegiatan *community relations*. Sebagai bentuk tanggungjawab yang dilaksanakan Perusahaan, *community relations* diharapkan sungguh-sungguh dapat menciptakan kesejahteraan bersama, bukan hanya “basa-basi” saja.

Dalam menjalankan aktivitas CSR, Pertamina Patra Niaga—dengan moto: Energi untuk bangkit lebih kuat—telah memberdayakan potensi yang dimiliki demi mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Pada 2022, Pertamina Patra Niaga telah mengantongi prestasi dalam bidang CSR, antara lain yang terbaru di 2022 yakni kategori pemberdayaan ekonomi komunitas serta pembangunan daerah tertinggal. Berbekal prestasi demi prestasi, terciptalah sebuah pemikiran baru yakni “Eco Inovasi”.

Lebih jauh, bagaimana proses *community development* diterapkan, Isbandi (2010) menguraikan tahapan-tahapan berupa (dalam Rinaldy, et.all: 2017):

1. Tahapan *Engagement*

Di tahap awal ini, pihak Pertamina Patra Niaga bekerja sama dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*), mulai dari pemerintah kota Semarang hingga pihak media yakni Jawa Pos Radar Semarang. Setelah itu, dalam melakukan pendekatan kepada warga sekitar, pihak Pertamina melakukan observasi langsung dan interaksi kepada masyarakat. Hal ini tidak terlepas dari masalah yang dicermati sebelumnya. Untuk mengatasi hal tersebut, diambil data dan hasilnya menunjukkan bahwasanya 42% keterampilan masyarakat Tambakharjo ada pada bidang kuliner. Sehingga, kontak awal yang dilakukan dengan musyawarah untuk melihat ketertarikan dan kesiapan masyarakat untuk menjalani program pembentukan UMKM di bidang kuliner. Hingga berlanjut pada proses yang diimplementasikan dapat berjalan lancar dengan timbulnya ketertarikan dan minat masyarakat akan adanya program pujasera.

Adapun stakeholder terkait yang berperan selama ini yaitu Lurah, tokoh masyarakat, ketua LPMK, ketua UMKM Kelurahan Tambakharjo, Ketua RW se-kelurahan Tambakharjo serta Ketua Dapoer Pertaharjo. Sejauh ini kegiatan kampung kuliner pujasera energi sudah cukup berhasil dibuktikan dengan partisipasi pihak pemerintah kota semarang yang mana sebelumnya kelurahan Tambakharjo tidak dipandang pemerintah ...” (Mursid-Wawancara 19 Februari 2023)

Pada tahapan awal tersebut, pihak Pertamina telah menginisiasi dan menggandeng lapisan *stakeholder*—baik internal maupun eksternal—guna meraih simpati masyarakat sasaran. Untuk itu, pendekatan awal yang dijalankan telah berhasil menggaet pemerintah daerah setempat setingkat lurah dan camat. Berbekal perizinan tersebut yang didasari pertimbangan prioritas pada sektor ekonomi, maka segera ditindaklanjuti dengan persiapan fisik di lapangan. Dalam hal ini, pihak Pertamina menjajaki sasaran kelompok masyarakat dengan mempersiapkan petugas meninjau kecocokan lapangan yang dituju, yakni di Kelurahan Tambakharjo. Hal tersebut juga terkonfirmasi dari wawancara berikut:

UMKM kami ini berasal dari warga sekitar sini yang terdampak. Pekerjaan disini yaitu pekerjaan tambak atau sebagai nelayan. Selain tu, Berdasarkan survei ibu-ibu disini yaitu bekerja dengan memasak. Akhirnya pemerintah mempunyai pandangan untuk membuat lahan di Pujasera ini. Maka dibentuknya ini berdasarkan dari CSR Pertamina. Sehingga usaha yang ada disini bisa berjalan. Sehingga semua ini sangat membantu dan bermanfaat bagi kita yang terkena dampak. Dalam waktu dekat juga akan penambahan sarana dan prasarana. lainnya (Camat Eli-wawancara 20 Februari 2023)

2. Tahapan Assessment

Setelah *engagement* terbentuk, mulai digagas pendirian usaha kuliner yang didahului dengan pendirian kelompok bidang usaha kuliner. Diketahui oleh Mursid yang berperan sebagai ketua kelompok, telah mendedikasikan waktu, tenaga dan pikiran. Dalam kesehariannya, dikenal sebagai sosok yang sangat aktif di berbagai kegiatan di lingkungan masyarakat sekitar. Bahkan, disematkan ‘local hero’ dikarenakan gagasan serta aksinya demi mewujudkan sumbangsih positif demi kemajuan UMKM kuliner. Hasil penilaian yang dilakukan pihak Pertamina sejalan dengan pernyataan narasumber berikut:

Kalau yang pertama itu harus warga tambak Harjo. Kemudian, berkaitan dengan yang diperjual-belikan sesuai dengan yang dibutuhkan disini. Lalu, ada kuliner yang mengangkat khas disini. Lalu, ada yang dikelompokkan lalu diseleksi. Karena setiap lapak ini harus berbeda dengan masing-masing yang ingin dijual dan bervariasi. (Mursid-Wawancara 19 Februari 2023)

Selain itu, tahap penilaian juga telah dilakukan berdasarkan identifikasi permasalahan ekonomi yang ada serta potensi yang dapat dikerahkan untuk mengurangi permasalahan tersebut. Sehingga tidak lama setelahnya, berlanjut pada 2019 telah gencar disosialisasikan Kampung Kuliner Pujasera Energi yang diinisiasi di 2020 sebagai UMKM. Kemudian di 2021, dibukalah tujuh kios yang menjual ragam kuliner untuk dikelola sehingga mendatangkan profit bagi penjual. Seperti yang dipaparkan ketua UMKM berikut:

“ iya namun ini adalah hasil kolaborasi dengan Pertamina. Kemudian saya ditunjuk menjadi ketua pujasera. Dari awal 2021, jadi sekitar 1 tahun. Kemudian saya merekrut para penjual. Kemudian, keuntungan itu untuk maintenance. Jadi seluruh RW disini tidak boleh menerima apapun, apabila ada kelebihan misalkan untuk jalan atau stunting kemudian pendidikan. Namun belum terealisasi. Pembangunannya pas Covid, launcingnya setelah Covid”

“Setiap bulan ditarikin 200rb per bulan. Tapi dikembalikan kepada pasar. Ada juga yang 15. Kalau gak, ya sudah. Jadi tidak harus standnya disini. Untuk sistemnya sudah terorganisir. Dan ada struktur organisasi kecil.”

3. Tahapan Perencanaan

Dalam merancang dan mengimplementasikan kegiatan CSR/*community relations*, tahap perencanaan menjadi bagian penting. Tanpa perencanaan yang matang, mustahil usaha yang dirintis dapat berjalan secara berkesinambungan. Oleh karenanya, Pertamina Patra Niaga memunculkan sebuah gagasan baru berupa inovasi sosial yang ditetapkan menjadi peta jalan (*roadmap*) 2019-2023. Diawali dengan gerakan sosialisasi UMKM Kampung Kuliner Pujasera Energi (2019), kemudian dilanjutkan dengan inisiasi kerjasama dan pembentukan kelompok pengelola UMKM (2020), bergerak terus menysar pada pembangunan gedung fisik UMKM serta peningkatan *capacity building* (2021) hingga pelaksanaan kegiatan-kegiatan seperti event, pemasaran UMKM dan penambahan energi baru terbarukan beserta replikasi program (2022) yang diakhiri dengan target tercapainya Tambakharjo Mandiri Energi (2023). Terkait program inovasi sosial tidak lain berupa penggunaan energi baru terbarukan (sinar matahari) menggantikan listrik konvensional, seperti terlihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Program Inovasi Sosial di Kampung Kuliner Pujasera Energi

Program Kampung Kuliner Pujasera Energi juga bekerjasama dengan pihak pemerintah melalui program kampung tematik berupa program kampung kuliner. Selain bekerjasama dengan pihak pemerintah, program ini juga bekerjasama dengan pihak akademisi dengan berbagai inovasi sosial yakni energi baru terbarukan dengan harapan inovasi sosial energi baru terbarukan nantinya dapat menghemat biaya operasional pujasera sehingga dapat meringankan pelapak saat berjualan. Adapun program inovasi juga bekerjasama dengan kelompok masyarakat sebagai jaring keberlanjutan program serta bekerjasama dengan pihak media sebagai katalisator program. Dengan kata lain, kegiatan *community development* tersebut merupakan program kolaborasi atau kerjasama antar pihak antara lain: pemerintah, bisnis, akademisi, kelompok masyarakat dan media guna memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat yakni peningkatan kesejahteraan masyarakat.

4. Tahapan Pemformulasian Rencana Aksi

Tahapan ini adalah menentukan skala prioritas dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan di dalam proses pengembangan masyarakat disini. Termasuk dalam hal ini, masyarakat sangat berperan partisipatif yang ditunjukkan pada saat antusiasme masyarakat dalam mengikuti perencanaan program *community relations*. Semula pihak Pertamina Patra Niaga melakukan edukasi berkaitan dengan kuliner seperti pelatihan memasak, bisnis dan manajerial usaha kemudian dilakukan pembentukan kelembagaan, selanjutnya penguatan kelembagaan, termasuk penyediaan sarana dan prasarana Kampung Kuliner Pujasera Energi. Karena terdapat permasalahan berkaitan dengan kelistrikan di pujasera, maka ditambahkan energi baru terbarukan dengan pengetahuannya kepada masyarakat. Tidak berhenti sampai disana, pihak pengelola turut mengadakan event untuk menarik konsumen datang ke Kampung Kuliner Pujasera Energi.

5. Tahapan Implementasi

Kemudian saat implementasi program CSR, masyarakat aktif untuk melaksanakan program mulai dari diskusi dan rapat pengelolaan Kampung Kuliner Pujasera Energi hingga membuka gerai usahanya di Kampung Kuliner Pujasera Energi. Kemudian warga juga antusiasme mengikuti monitoring dan evaluasi program CSR. Tergambar dalam kutipan wawancara berikut:

“Dalam implementasi kegiatan CSR, masyarakat sangat berperan partisipatif sekali dapat terlihat pada saat antusiasme masyarakat dalam mengikuti perencanaan program CSR yang mana sangat partisipatif dan kritis. Kemudian saat implementasi program CSR masyarakat aktif untuk melaksanakan program mulai dari diskusi dan rapat pengelolaan Kampung Kuliner Pujasera Energi hingga membuka gerai usahanya di Kampung Kuliner Pujasera Energi. Kemudian warga juga dengan khidmat mengikuti monitoring dan evaluasi program CSR. (Brasto Galih Nugroho-wawancara 20 Februari 2023)

Selain itu, program peningkatan kapasitas masyarakat turut menorehkan hasil. Edukasi serta advokasi (pendampingan) yang dilakukan perusahaan selama dan sampai berakhirnya kegiatan secara terperinci dijalankan pada lima kegiatan terprogram sebagai berikut:

Tabel 1. Capacity Building Program

Jenis Kegiatan
pelatihan bisnis
pelatihan energi baru terbarukan
UMKM kuliner
pelatihan administrasi keuangan
pelatihan manajerial

Namun, dari keseluruhan program tersebut, usaha kuliner yang paling maksimal diimplementasikan. Hal ini dinilai wajar karena bentuk usaha tersebut didirikan berdasarkan kebutuhan ekonomi yang dapat diakomodir. Sedangkan program lainnya yang telah diimplementasikan, belum sepenuhnya berkembang cepat.

6. Tahapan *Evaluasi dan hasil perubahan*

Evaluasi yang dilakukan adalah dengan melakukan evaluasi fisik (lapangan) dan evaluasi non fisik (data laporan) oleh petugas lapangan. Dalam artikel ini, terjadi perbedaan situasi dan kondisi sebelum dan setelah UMKM beroperasi seperti yang dijelaskan narasumber berikut ini:

“Dengan adanya Kampung Kuliner Pujasera Energi maka pemerintah kota Semarang sudah mulai masuk dan menyelenggarakan event serta banyaknya event yang terselenggara sehingga mampu meningkatkan pendapatan pelapak namun demikian kami terus meningkatkan luasan market kami karena konsumen kami masih terbatas cakupan wilayah kelurahan Tambakharjo.” (Rinaldy Putra-wawancara 20 Februari 2023)

7. Tahapan *terminasi*

Sejauh roadmap yang digagas Pertamina Patra Niaga telah berjalan, usaha kuliner masih terus berproses agar berkembang. Tahapan ini sebenarnya belum dikatakan selesai sepenuhnya karena masih dalam proses kemandirian. Dimulai dari kontak yang semakin jarang dilakukan oleh petugas hingga bantuan-bantuan yang berkurang dari penyokong dana. Pada tahapan terakhir ini, pengelola dapat memonitor hasil yang telah berjalan misalnya melalui eksposur media seperti yang disampaikan salah satu narasumber berikut:

“Peran media sejauh ini sangat berperan sekali dalam menyebarluaskan informasi program terutama media surat kabar online yang cukup banyak menyebarluaskan informasi terkait Kampung Kuliner Pujasera Energi.” (Rinaldy Putra-wawancara 20 Februari 2023)

Dengan demikian, dari diskusi yang telah dipaparkan, sesuai pertanyaan penelitian sebelumnya, ditemukan bahwasanya pihak Pertamina Patra Niaga telah berperan dalam mewujudkan keseluruhan tahapan yang ada. Tahapan yang masih minim, yakni tahap terakhir (terminasi) diharapkan dapat digiatkan di program-program lain selanjutnya.

KESIMPULAN

Sebagai BUMN yang ternama, PERTAMINA PATRA NIAGA telah memaksimalkan upaya menjalankan keseluruhan tahapan dalam program pengembangan masyarakat. Dari lima kegiatan terprogram, terdapat satu kegiatan yakni di bidang kuliner yang sangat berdampak pada tingkat kesejahteraan masyarakat di sekitar Tambakharjo. Untuk itu sebagai saran, pihak mitra/pengelola CSR pun dapat membenahi empat program lainnya agar membawa kebermanfaatannya yang sama bagi masyarakat sasaran kegiatan. Dengan demikian, keseluruhan program dapat terus dikembangkan untuk mendorong tumbuh dan berkembangnya usaha lain yang dapat memperkuat perekonomian warga setempat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Apresiasi setingginya disampaikan kepada pihak PERTAMINA PATRA NIAGA, Semarang (Jawa Tengah) sebagai mitra pelaksana kegiatan penelitian yang telah berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Y.P., & Pratiwi, R.Z.B. (2019). Community Relations UPT Taman Balekambang Surakarta dalam Program Pengembangan Kemitraan Masyarakat. *Profetik Jurnal Komunikasi*. 12(2). 333-353
- Devita & Sumartono. (2010). Hubungan Manfaat Kegiatan Community Relations Dengan Citra Perusahaan PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk. Pada Masyarakat Kragilan Serang Banten. *Jurnal Komunikologi*. 7(2). 175-194.
- Febrianti, V., & Oktaviani, F (2020). Community Relation dalam Menjaga Citra Positif Radio. *MUTAKALLIMIN. Jurnal Ilmu Komunikasi*. 3(2). 37-44
- Fordham, A.E., & Robinson, G.M. (2018). Mapping meanings of corporate social responsibility—an Australian case study. *International Journal of Corporate Social Responsibility*. 3(14) <https://doi.org/10.1186/s40991-018-0036-1>
- Muyasaroh, Siti. (2016). Community Relations dalam Konteks Implementasi “CSR”. *ETTISAL Journal of Communication*. 1(1). 73-81
- Permana, S. H., (2017). Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Aspirasi* 8(1), 94-103.
- Praswary, D.S., & Darma, G.S. Community Relations Millennial Content Creator in Forming a Brand Image. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*. 295-303.
- Rahayu, E., & Setiawati, S.D. (2020). Community Relations Cafe Komunitas Bober Cafe terhadap Komunitas di Kota Bandung. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*. 4(2). 160-172.
- Rinaldy, Reza., Nulhaqim, S.A., & Gutama, A.S. (2017). Proses Community Development pada Program Kampung Iklim di Desa Cupang Kecamatan Gempol Kabupaten Cirebon (Studi Kasus Program Bank Sampah dalam Program Kampung Iklim). *Jurnal Penelitian dan Pengabdian*. 4(2). 129 - 389
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Yudarwati, G.A. (2013). Community Relations: Bentuk Tanggung Jawab Sosial Organisasi. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*. 1(2). 143-156
- Zubair, F. (2020). Pemahaman komunitas terhadap program community relations di Palimanan dan Citeureup. *Profesi Humas*. 5(1). 98-120

<https://adv.kompas.id/baca/csr-award-gubernur-jateng-berikan-penghargaan-bumn-terbaik-untuk-pertamina/>

<https://www.pertaminapatraniaga.com/>

<https://www.pertamina.com/id/news-room/news-release/komitmen-berkelanjutan-kunci-csr-pertamina-patra-niaga-torehkan-prestasi-cemerlang>

https://www.researchgate.net/publication/371640016_Social_Mapping_Social_Capital_and_Social_Networks_in_PT_Pertamina's_Corporate_Social_Responsibility_CSR_Program