

**ANALISIS PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
SEBAGAI STRATEGI GOOD CORPORATE GOVERNANCE PADA PT
PELINDO MARINE SERVICE SURABAYA**

Kristina Elisabeth Ukai Lajar

Universitas Kristen

E-mail: kristinalajar9@gmail.com

Abstrak

PT Pelindo Marine Service merupakan anak perusahaan PT Pelabuhan Indonesia yang bergerak di bidang maritim dengan fokus layanan kapal pandu, tunda, serta pemeliharaan dan perbaikan kapal. Sebagai BUMN, PMS wajib menerapkan GCG sesuai regulasi Kementerian BUMN. Humas PMS menerjemahkan prinsip tanggung jawab dengan melakukan program CSR. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara mendalam terhadap Humas PMS untuk menganalisis strategi yang dijalankan terhadap CSR dari ketiga lokasi CSR yang berbeda, yakni SIROLAN, Batik Dolly dan sumber air Madura. Humas menurut Rex Harlow dalam Ruslan sebagai suatu fungsi manajemen yang memiliki dasar kuat dalam memelihara hubungan dan ikut mendukung dalam pemahaman dalam perusahaan dan masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan konsep Humas sebagai pengeksekusi program CSR. Hasil penelitian menunjukkan PMS melaksanakan CSR sesuai regulasi Kementerian BUMN dengan fokus pada tiga aspek: pendidikan, UMKM, dan lingkungan. Strategi Humas dalam menjalankan CSR menggunakan pendekatan inovatif dengan memilih lokasi jauh dari pusat operasional, namun tetap mempertimbangkan pendekatan konvensional di sekitar area perusahaan. PMS menerapkan strategi timbal balik dengan masyarakat untuk mencapai tujuan memanfaatkan hubungan CSR guna mendukung keberlanjutan perusahaan. Melalui program CSR ini, PMS tidak hanya memenuhi tanggung jawab sosialnya tetapi juga membangun citra positif perusahaan di mata masyarakat. Strategi ini terbukti efektif dalam menciptakan hubungan harmonis antara perusahaan dan komunitas lokal yang pada akhirnya berkontribusi pada pencapaian tujuan bisnis jangka panjang.

Kata Kunci: Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Hubungan Masyarakat, PT Pelindo Marine Service.

Abstract

PT Pelindo Marine Service is a subsidiary of PT Pelabuhan Indonesia operating in the maritime sector with a focus on pilot and tugboat services, as well as ship maintenance and repair facilities. As a state-owned enterprise (SOE), PMS is required to implement Good Corporate Governance (GCG) in accordance with the Ministry of SOEs regulations. The Public Relations department of PMS translates the principle of responsibility by conducting CSR programs. This research was conducted through in-depth interviews with PMS Public Relations to analyze the strategies implemented for CSR across three different CSR locations, namely SIROLAN, Batik Dolly, and Sumber Air Madura. Public Relations, according to Rex Harlow in Ruslan, is defined as a management function that has a strong foundation in maintaining relationships and supporting understanding between companies and society. This research uses a descriptive qualitative approach with the concept of Public Relations as the executor of CSR programs. The research results show that PMS implements CSR in accordance with Ministry of SOEs regulations with a focus on three aspects: education, SMEs, and environment. The Public Relations strategy in implementing CSR uses an innovative approach by selecting

locations far from operational centers, while still considering conventional approaches around company areas. PMS implements a reciprocal strategy with the community to achieve the goal of utilizing CSR relationships to support company sustainability. Through these CSR programs, PMS not only fulfills its social responsibility but also builds a positive corporate image in the eyes of society. This strategy has proven effective in creating harmonious relationships between the company and local communities, ultimately contributing to the achievement of long-term business objectives.

Keywords: Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, public Relations, PT Pelindo Marine Service.

1. PENDAHULUAN

Pelabuhan menjadi objek vital nasional maupun internasional, secara strategis pelabuhan berperan sebagai pintu gerbang utama untuk kegiatan perdagangan domestik maupun global, pelabuhan juga menjadi penghubung vital dengan dunia luar dan antar pulau dalam Negara. Sebagai objek vital nasional, pelabuhan memiliki peran krusial dalam perekonomian dan konektivitas Negara (Nur,2021). Namun, keberadaan pelabuhan juga memberikan tanggung jawab kepada pengelola untuk berkontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan sekitar. Tanggung jawab ini diwujudkan perusahaan melalui program Corporate Social Responsibility (CSR), yang menjadi pemenuhan etika profesional serta bertujuan untuk memberikan manfaat berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat baik bagi perusahaan masyarakat dan lingkungan.

Perusahaan- perusahaan saat ini berusaha untuk melakukan CSR secara berkala dan berkelanjutan yang menjadi bentuk tanggung jawab moral dari perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat dari dampak yang dirasakan akibat operasi sebuah perusahaan. CSR pada BUMN secara langsung terikat dalam perekonomian dan pengembangan masyarakat serta berorientasi pada Konsep 3P (triple bottom line). CSR mulanya dijalankan, pada dekade tahun 1990-an, tetapi saat itu masih dikenal dengan nama Corporate Social Activity (CSA) yang menjadi sebuah aktifitas perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi dilakukan CSR oleh perusahaan ini juga karena mendapatkan tuntutan dari Lembaga swadaya masyarakat (LSM) yang meminta kepada perusahaan untuk lebih bertanggung jawab terhadap dampak lingkungan dan masyarakat akibat dari beroperasinya perusahaan.

CSR yang dijalankan oleh perusahaan BUMN maupun perusahaan swasta, kebanyakan dilakukan di masyarakat dan lingkungan disekitar tempat beroperasinya perusahaan. Contoh perusahaan BUMN yang melakukan CSR secara langsung disekitar perusahaan yaitu PT. Pertamina Gas, PT. PLN Persero, dan PT Pupuk Indonesia Persero Melakukan CSR terhadap lingkungan yang berdampak langsung dari operasional perusahaan. Menurut Lindungihutan (2023), CSR yang dilakukan oleh PT Pertamina Gas melakukan CSR dengan slogan “kampanye sedekah pohon” ditambahkrejo semarang utara, bertujuan untuk mendukung pengurangan emisi karbon serta menjaga keseimbangan ekosistem pesisir. Hal ini sejalan juga dengan Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-6/MBU/09/2022 Tahun 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-05/MBU/04/2021 Tentang Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Badan Usaha Milik Negara untuk memperhatikan masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan dengan program-program Tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL)

CSR yang dijalankan oleh perusahaan-perusahaan BUMN menjadi faktor penting dan menarik dalam lanskap bisnis kontemporer, tetapi penerapan yang dilakukan oleh perusahaan BUMN menunjukkan keseluruhan yang khas tetapi beberapa perusahaan melakukan konsep

CSR yang berbeda dan menarik untuk dikaji lebih dalam. PT Pelindo Marine Service sebagai anak perusahaan BUMN, turut melakukan program CSR di wilayah yang berbeda dan jauh dari lingkungan operasionalnya. Konsep CSR yang dilakukan menjadi sebuah pembeda dari konsep CSR yang dijalankan oleh perusahaan BUMN lainya maupun perusahaan swasta.

PT Pelindo Marine Service Surabaya melakukan CSR dan membuktikan diri sebagai perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) terkemuka di bidang maritim yang tidak hanya unggul dalam aspek bisnis, tetapi juga memiliki kepedulian tinggi terhadap masyarakat. Dalam penerapannya program CSR, PT Pelindo Marine Service berhasil meraih berbagai penghargaan bergengsi pada tahun 2024. Pencapaian signifikan dari PT Pelindo Marine Service adalah diperolehnya penghargaan dari Public Relations Indonesia Awards (PRIA) 2024 untuk kategori Program Komunikasi CSR Sustainable Business dan Komunikasi CSR Community Based Development (prindonesia.2024). Prestasi lainnya diraih PT Pelindo Marine Service melalui TJSL & CSR Award 2024, dengan menerima penghargaan Gold Winner untuk program "Kampung Seng Tangguh". Program unggulan yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat di sekitar Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya (ipcmarine. 2024).

Program CSR lainya yang diterapkan oleh PT Pelindo Marine Service sehingga berhasil mendapatkan penghargaan antara lain, dalam bidang pendidikan, PT Pelindo Marine Service menginisiasi program Sinau Karo Dolan (SIROLAN) yang mendukung kelompok belajar mandiri di Kampung Seng Tangguh. Program ini menunjukkan upaya perusahaan dalam meningkatkan kualitas pendidikan masyarakat sekitar. Pada aspek lingkungan, PT Pelindo Marine Service memfasilitasi pembentukan Komunitas Peduli Sampah di Kampung Seng Tangguh. Komunitas ini tidak hanya mampu mengelola Bank Sampah, tetapi ikut serta dalam kegiatan penghijauan dan membangun pertahanan menghadapi bencana (surabaya.inews.id/, 2024).

CSR yang dilakukan PT Pelindo Marine Service juga, menginisiasi program “Sumber Mata Air Berkah” yang bertujuan menyediakan air bersih untuk meningkatkan produktivitas pertanian warga pesisir di Desa Pedes Petaonan, Socah, Kabupaten Bangkalan, Madura. Program “Sumber Air Berkah” dari PT Pelindo Marine Service menjadi bermanfaat dengan panen yang sebelumnya dilakukan oleh petani setahun sekali, saat ini dapat dilakukan sampai dua hingga tiga kali. Program ini menunjukkan komitmen perusahaan dalam menjaga kelestarian lingkungan sekaligus meningkatkan kualitas hidup masyarakat (surabaya.inews.id, 2024).

Dalam pengembangan UMK, PT Pelindo Marine Service menunjukkan dedikasi yang tinggi melalui berbagai program. Program Batik Surabaya Maritim juga menjadi bukti nyata dukungan perusahaan terhadap UMK, dengan memberdayakan perajin batik di eks lokasi Dolly, Surabaya. PT Pelindo Marine Service berkontribusi dalam meningkatkan kapasitas dan kualitas produksi UMK binaan, serta memberikan layanan pembinaan dalam membangun branding dan sertifikasi produk (jatim.kompas.tv, 2024).

Penerapan CSR menjadi sebuah perhatian penting dalam menjalankan sebuah perusahaan, karena CSR menjadi strategi jangka panjang dalam menjamin keberlanjutan perusahaan (Esmeri, 2017). Program CSR yang berhasil dijalankan oleh PT Pelindo Marine Service tidak hanya berdampak terhadap masyarakat yang menjadi sasaran utama tetapi juga memiliki dampak yang besar terhadap reputasi perusahaan serta keberlanjutan operasional perusahaan. Dalam penerapan CSR, Humas membangun komunikasi yang baik terhadap pihak internal maupun eksternal perusahaan. Humas sebagai fungsi manajemen menjalankan peran krusial dalam mempertahankan reputasi dan menerapkan CSR sebagai pemenuhan

salah satu prinsip GCG yakni tanggung jawab (Klaudia, 2022).

Lima prinsip GCG yang menjadi pedoman penting dalam beroperasinya perusahaan atau sebagai pelaku bisnis meliputi transparency, accountability, responsibility, independency dan fairness. GCG menjadi landasan penting yang harus dipatuhi dan dijalankan, melihat perusahaan BUMN mengambil peran krusial terhadap roda ekonomi Nasional, maka prinsip GCG harus dijalankan oleh semua perusahaan BUMN secara efektif dan efisien (Septiani, 2018) dengan tujuan mencegah terjadinya krisis dan resiko terhadap perusahaan. GCG merupakan sebuah prinsip yang mengendalikan sebuah perusahaan agar dengan tujuan mengapai keseimbangan antara kekuatan serta kewenangan dalam membagi tanggung jawab kepada stakeholders khususnya yang dilandaskan pada undang-undang dan Nilai-nilai etika (Alfarizi, 2023)

Implementasi CSR dalam program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) mencerminkan pendekatan strategis PT Pelindo Marine Service dalam menjalankan GCG. PT Pelindo Marine Service tidak hanya fokus pada kepatuhan regulasi dan transparansi operasional, tetapi juga aktif dalam menciptakan nilai bersama (shared value) antara bisnis dan masyarakat. Hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip GCG modern yang menekankan pentingnya keberlanjutan dan dampak positif jangka panjang. Keberhasilan program-program ini juga telah meningkatkan reputasi PT Pelindo Marine Service di mata stakeholder, termasuk investor, pemerintah, dan masyarakat umum (aspek.id/.2021).

PT Pelindo Marine Service, sebagai salah satu perusahaan BUMN, wajib dalam menerapkan CSR dan GCG di industri maritim. Penerapan CSR dan GCG yang konsisten oleh PMS menunjukkan peran vital BUMN dalam upaya inovasi dan memajukan model bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab dalam sektor maritim. Dalam proses mengoperasikan perusahaan, PT Pelindo Marine Service juga menghadapi tantangan dan tuntutan dalam menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi dan pelestarian lingkungan, mengingat lingkup operasi perusahaan terjadi dilaut.

Menghadapi berbagai tantangan, PT Pelindo Marine Service berkomitmen menerapkan tata kelola perusahaan yang efektif untuk mewujudkan visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan. Prinsip-prinsip tata kelola diintegrasikan ke dalam operasi harian guna menciptakan lingkungan bisnis yang mendukung, mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan stabilitas, serta membangun sistem manajemen risiko dan pengendalian internal yang tangguh. Perusahaan terus berupaya menyempurnakan praktik tata kelolanya, berpedoman pada kebijakan dasar yang merujuk pada Peraturan Menteri BUMN No. Per-01/MBU/2011 tertanggal 1 Agustus 2011. Langkah ini mencerminkan komitmen Pelindo Marine Service terhadap standar tata kelola terkini dan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku (Company Profile Pelindo Marine, 2016).

Dalam buku Corporate Governance edisi kedua oleh Surifah dan Ifah (2022) dijelaskan bahwa menurut Organization for Economic Co-operation and Development adalah suatu sistem yang diterapkan dengan tujuan menentukan dan mengatur perusahaan dalam berbisnis. Dalam sistem yang dijalankan perusahaan, GCG mensegmentasikan hak dan tanggung jawab dengan setiap pemangku kepentingan berbeda-beda, seperti dewan direksi, manajer, pemegang saham, dan lainnya. GCG menjadi sebuah poin penting untuk membangun pangsa pasar dan perusahaan yang terpercaya.

Hubungan antara CSR dan GCG juga berkontribusi pada peningkatan reputasi dan nilai perusahaan. Perusahaan yang menjalankan praktik GCG dengan baik dan memiliki program CSR yang kuat cenderung dipandang lebih positif oleh investor, konsumen, dan masyarakat umum (Meyta, 2020). Hal ini tidak hanya meningkatkan daya saing perusahaan, tetapi juga

menciptakan lingkungan bisnis yang lebih stabil dan berkelanjutan. Integrasi CSR dan GCG membantu perusahaan dalam mengelola risiko dengan lebih baik, terutama risiko yang terkait dengan isu-isu sosial dan lingkungan. Penerapan GCG di PT Pelindo Marine Service tentunya menghadapi berbagai tantangan. Sebagai perusahaan yang beroperasi di sektor maritim, kompleksitas regulasi dan dinamika pasar global dapat mempengaruhi penerapan GCG. Namun, tantangan ini juga membuka peluang bagi perusahaan untuk terus meningkatkan praktik GCG-nya. Penerapan GCG yang efektif dapat meningkatkan efisiensi operasional, memitigasi risiko, dan pada akhirnya meningkatkan daya saing perusahaan di pasar global (Yanarid, 2024). Salah satu prinsip GCG yaitu tanggung jawab sosial, menjadi aspek yang berkaitan dengan kepedulian terhadap masyarakat. Tanggung jawab dalam prinsip GCG menuntut PT Pelindo Marine Service untuk turut serta mengimplementasikan berbagai program yang direncanakan untuk mencapai tujuan sebagai pendukung ekonomi keberlanjutan, terkhususnya bagi internal dan masyarakat. Korelasi CSR dan GCG dalam konteks perusahaan merupakan suatu keterkaitan yang kompleks dan saling menguntungkan. CSR yang berfokus pada tanggung jawab perusahaan terhadap dampak kegiatan bisnisnya pada masyarakat dan lingkungan, diasumsikan sebagai kegiatan nyata dari prinsip-prinsip GCG. GCG menyediakan kerangka kerja dan struktur yang diperlukan untuk implementasi CSR yang efektif dan berkelanjutan. Kedua konsep ini bersama-sama membentuk kekuatan yang mendasar bagi perusahaan untuk beroperasi secara etis, transparan, dan bertanggung jawab (Putri, 2022).

Penerapan GCG yang dilakukan secara konsisten dapat memfasilitasi pelaksanaan program CSR yang lebih terarah dan terukur, mengingat GCG menekankan pada akuntabilitas dan transparansi dalam pengambilan keputusan perusahaan. Hal ini termasuk keputusan terkait alokasi sumber daya untuk inisiatif CSR terkhususnya program TJSL (Danilovic et al, 2015). Meminimalisir terjadi pemborosan dalam mengeluarkan sumber daya, prinsip GCG dalam perusahaan menjadi fundamental dalam mendukung optimalisasi penerapan CSR (Putri, 2022). Persaingan perusahaan dalam penerapan CSR dan GCG juga didasari karena terlihat dalam survei GCG setiap tahunnya. Secara keseluruhan, semua perusahaan besar, menengah maupun kecil berusaha untuk mendapatkan nilai yang terbaik. Di era modern, penerapan GCG menjadi aspek penting dalam menjaga kestabilan bisnis dan keberlanjutan (Mafulla, 2024).

Beberapa penelitian terdahulu juga telah meneliti proses penerapan CSR dan GCG yang berada dalam konteks perusahaan swasta dan BUMN. Penelitian terdahulu yaitu dari jurnal oleh Nova Yulanda Putri Sipahutar dkk, dengan judul “Corporate Social Responsibility Forum: Private Sector Participation Strategy InEquitable Development Of The Regional Government of Muara Enim” 2022, yang menjelaskan tentang CSR bersifat wajib oleh setiap perusahaan. melaksanakan program CSR tidak semata sebagai insidental, tetapi program CSR yang dilakukan memiliki dampak positif terhadap masyarakat dan lingkungan. fokus penelitian dalam jurnal Nova Yulanda Putri Sipahutar dkk, yaitu dalam menjalankan program CSR dengan tujuan untuk kabupaten Muara enim, harus sesuai dengan bottom-up atau sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat. dalam melakukan penelitian ini, menggunakan metode perbandingan sebelum dan sesudah post-test tanpa kelompok pembanding dan data dasar terhadap masyarakat. hasil dari analisis penelitian mengungkapkan bahwa dengan melakukan forum CSR dapat menjadi strategi dalam menyelaraskan program CSR dari perusahaan dengan kebutuhan pembangunan masyarakat.

Penelitian lain dari jurnal dengan judul “Implementasi Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Pengungkapan Corporate Social Responsibility” tahun

2022 oleh Sura Klaudia, Parawiyati dan Harmono, dalam jurnal penelitian tersebut mengkaji pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan dengan penerapan CSR terhadap perusahaan BUMN. jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan menggunakan data sekunder yang terdiri dari berbagai perusahaan BUMN yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (IDX) dan laporan yang disusun dengan pedoman indeks GRI berkelanjutan. hasil penelitian dalam jurnal ditemukan yaitu Good Corporate Governance memiliki pengaruh terhadap Corporate Social Responsibility pada perusahaan BUMN. dalam menjalankan prinsip Good Corporate Governance mendapatkan pengaruh positif terhadap Nilai perusahaan BUMN, terkecuali terhadap dewan komisaris independen yang tidak terpengaruh. hasil penelitian lain yang ditemukan bahwa penerapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan BUMN. Sehingga dapat ditarik kesimpulan Implementasi (GCG yang baik pada setiap perusahaan BUMN dapat memperluas proses penerapan CSR dan meningkatkan nilai perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Misnani Elmiyanti, Andy Mulyana, Etty Safriyani, dan Bagus Dimas Setiawan pada tahun 2023 dengan judul penelitian” Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) di PT Evans Lestari Kenanga Terhadap Kesejahteraan Masyarakat”, membahas tentang bagaimana Implementasi program Corporate Social Responsibility (CSR) di PT Evans Lestari Kenanga dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. jenis penelitian yang digunakan yaitu yaitu Mix Method atau pendekatan kualitatif dan kuantitatif, dengan pemilihan responden dengan melakukan Purposive sampling dengan kategori objek penelitian perusahaan swasta PT Evans Lestari Kenanga yang bergerak di bidang perkebunan kelapa sawit. hasil yang ditemukan, bahwa PT Evans Lestari berhasil mengimplementasikan program CSR dengan baik, dengan diperkuat skor rata implementasi kebijakan CSR 100% yang berarti perusahaan menjalankan setiap kebijakan CSR dengan baik. Hasil temuan lain juga PT Evans Lestari menerapkan program CSR yang lengkap yakni mencakup aspek pendidikan sosial dan budaya. hasil program yang dilaksanakan dapat dilihat dengan program perbaikan infrastruktur jalan, peningkatan sarana pendidikan serta kepedulian terhadap kelestarian lingkungan. PT Evans Lestari Kenanga berhasil menjalankan program CSR yang sejalan dengan agenda pembangunan daerah yang dibahas dalam forum CSR Kabupaten Musi Rawas.

Berdasarkan tiga penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penerapan CSR dan GCG telah menjadi fokus penting dalam berbagai sektor industri. namun, masih terdapat celah penelitian yang signifikan, khususnya dalam konteks industri jasa kelautan dan peran CSR sebagai bagian yang integral dari GCG. CSR sendiri merupakan bentuk komitmen dari perusahaan dengan tujuan berkontribusi pada pembangunan dan ekonomi keberlanjutan. disisi lain GCG menjadi suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk membentuk sebuah nilai tambah dalam perusahaan bagi semua pemangku kepentingan.

Berdasarkan pada tiga penelitian terdahulu, Penelitian “Analisis Penerapan CSR Sebagai Strategi GCG Pada PT Pelindo Marine Service Surabaya memiliki urgensi dan keunikan tersendiri dalam konteks studi tata kelola perusahaan di Indonesia. Berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu yang umumnya berfokus pada pemerintah daerah, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) secara umum, serta sektor perkebunan kelapa sawit (swasta), penelitian ini mengambil perspektif baru dengan memusatkan perhatian pada industri jasa kelautan. PT Pelindo Marine Service sebagai anak perusahaan BUMN, memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan BUMN induk atau perusahaan swasta, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang implementasi CSR di lingkungan bisnis yang spesifik.

Penelitian ini juga mengadopsi sudut pandang yang memposisikan CSR sebagai elemen integral dari GCG, bukan sebagai entitas terpisah atau hanya sebagai instrumen peningkatan nilai perusahaan. Penelitian ini melakukan analisis mendalam terhadap praktik CSR yang memperkaya pemahaman akademis tentang strategi dalam melaksanakan CSR dalam BUMN, dan juga berpotensi mengungkap mekanisme baru dalam optimalisasi peran BUMN sebagai katalisator pembangunan nasional yang inklusif. Dengan mempertimbangkan aspek-aspek tersebut, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang signifikan dan memberikan kontribusi ilmiah yang substansial terhadap pemahaman yang lebih mendalam mengenai praktik CSR dalam kerangka GCG di sektor jasa kelautan, serta memperkaya literatur tentang tata kelola perusahaan di Indonesia.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif Dalam buku "Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches" karya John W. Creswell edisi 2019, menjelaskan konsep-konsep dan metode kunci terkait penelitian kualitatif sebagai suatu hubungan yang melihat makna dalam setiap prosesnya.

Creswell (2019) menjelaskan bahwa pendekatan penelitian menyertakan asumsi filosofis serta prosedur yang berbeda. dalam penelitian kualitatif ada konteks yaitu kemampuan untuk menyelami dan menyatu dengan lokasi, waktu dan kebiasaan dan budaya dari situs penelitian, tidak berusaha mengontrol atau mengisolasi apapun karena memahami bahwa realitas sosial itu mengalir dan terkondisikan secara partikular (Tracy, 2020).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan GCG di PT Pelindo Marine Service Surabaya

PT Pelindo Marine Service Surabaya, sebagai anak perusahaan dari PT Pelindo Jasa Maritim yang juga merupakan bagian dari BUMN PT Pelabuhan Indonesia (PELINDO), memiliki tanggung jawab yang besar dalam menjalankan operasional yang tidak hanya efisien, tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip GCG. Dalam sistem operasional sebuah perusahaan, penerapan GCG menjadi krusial karena berfungsi sebagai kerangka yang memastikan bahwa setiap aktivitas perusahaan dilakukan secara transparan, akuntabel, bertanggung jawab, adil, dan independen. PT Pelindo Marine Service ini juga harus mematuhi prinsip-prinsip dengan menerapkan dalam tata kelola perusahaan. Dalam wawancara dengan Narasumber 1 bahwa menyatakan:

“Berbicara tentang prinsip GCG ini ada 5 aspek, disingkat TARIK, T yang pertama adalah transparansi A nya akuntabilitas, R nya itu responsibilitas, I nya independensi, dan K itu keadilan, jadi lima aspek ini sangat mempengaruhi dan memastikan perubahan dalam menjalankan operasional secara transparansi akuntabel dan bertanggung jawab. maka dari itu prinsip-prinsip GCG seharusnya diterapkan dalam budaya perusahaan sehari-hari.”

Dalam penerapannya di Perusahaan PT Pelindo Marine Service menganggap prinsip GCG yang disingkat dengan “TARIK” (Transparansi, Akuntabilitas, Responsibilitas, Independensi dan Keadilan) sebagai suatu system yang berkaitan dengan Etika dalam operasional perusahaan. Dalam implementasinya, prinsip-prinsip GCG seperti transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, dan keadilan berusaha diwujudkan melalui budaya perusahaan yang mendukung integritas dan keterbukaan sebagaimana yang dinyatakan oleh Narasumber 2:

“Di dalam implementasi corporate culture diwujudkan dengan cara budaya transparansi melalui rapat rutin, pembaharuan informasi yang jelas, terus pelatihan pengembangan karyawan, membangun sistem pengawasan perusahaan serta penerapan etika, Etika ini sangat penting dalam menjalankan operasionalnya. karena memang ada etika dalam hubungan internal dengan maka mendukung integrasi dalam aspek operasional”

Upaya-upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam memastikan bahwa GCG berjalan dengan baik, Konsistensi dalam menerapkan GCG di PMS dengan semua upaya, diharapkan mampu menjadi konfigurasi yang dapat mengendalikan perusahaan dalam beroperasi dan memiliki tujuan sesuai dengan harapan. upaya seperti yang dijelaskan oleh Narasumber 2:

“Perlu konsisten dalam menjalankan prinsip-prinsip ini, misalnya transparan perusahaan harus membuat laporan tahunan (annual report) yang mana itu menjadi pertanggung jawaban kepada dewan komisaris, dan stakeholder serta masyarakat juga. jadi ketika kita benar-benar menerapkan prinsip GCG ini kita dapat meningkatkan mengendalikan perusahaan dengan tujuan untuk memastikan perusahaan berjalan secara efisien, transparan, dan akuntabel mbak.”

Sebagai sebuah sistem yang mengatur dan menjaga ritme perusahaan, GCG menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan terhadap semua pemangku kepentingan. Penerapan GCG tidak hanya mencakupi kekuatan integritas dalam perusahaan, serta operasional yang dijalankan dalam perusahaan secara baik. GCG menjadi pedoman penting yang perlu untuk diketahui ruang lingkup penerapannya. Dalam wawancara yang dilakukan dengan para Narasumber, Narasumber 1 menjelaskan bahwa:

“Berbicara tentang ruang lingkup, mencakupi seluruh unit, dari hulu sampai hilir, artinya PMS (PT Pelindo Marine Service) Ini ruang lingkup ini mencakupi wilayah regional I, III, dan VI, jadi semua lini wajib melakukan implementasi prinsip-prinsip Good corporate governance.”

PMS sebagai anak perusahaan dari PT PELINDO, dan sebagai perusahaan terbuka yang berada dibawah naungan Kementerian BUMN, dituntut untuk menerapkan prinsip-prinsip GCG disetiap lini, mengingat PT Pelindo marine service juga memiliki regional yang bergerak dalam jasa perkapalan. Narasumber 2 menjelaskan bahwa:

“Penerapan prinsip GCG ini tentu saja mencakup semua lini, dari kantor pusat sampai di lapangan, kita mempunyai sub-holding dalam perusahaan artinya bahwa PMS ini mempunyai anak perusahaan itu juga wajib menerapkan prinsip GCG, GCG inikan untuk membantu perusahaan agar lebih terbuka dalam operasional perusahaan. Narasumber 3 menambahkan bahwa PMS merupakan “PMS merupakan cucu dari PT Pelabuhan Indonesia (PELINDO). kalau untuk penerapan GCG ini tentu saja semua unit perusahaan harus dan wajib menerapkan prinsip-prinsip GCG.

GCG mencakup seluruh lini, mulai dari perusahaan Induk, Sub-Holding sampai ke Regional, dalam system perusahaan juga melingkupi komisaris utama sampai staf. Setiap unit kerja memiliki peran dalam memastikan prinsip-prinsip tata kelola yang baik diterapkan secara menyeluruh dan konsisten. Untuk menjamin implementasi tersebut berjalan efektif, PT Pelindo melibatkan pimpinan strategis dalam proses pengawasan dan evaluasi penerapan GCG. Keterlibatan pimpinan ini tidak hanya memperkuat komitmen terhadap integritas dan transparansi, tetapi juga memastikan bahwa budaya tata kelola yang baik menjadi bagian yang melekat dalam setiap proses bisnis perusahaan. Dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis, Narasumber 1 mengatakan bahwa:

Implementasi GCG di PT Pelindo Marine Service dijalankan secara konsisten di semua lini dengan tanggung jawab penuh dari pimpinan strategis mulai dari dewan komisaris,

direktur utama, hingga senior manager. Penerapan GCG dilakukan melalui penetapan kebijakan visi GCG dan penyusunan visi misi perusahaan yang jelas. Selanjutnya, perusahaan melakukan penegakan dan pengawasan GCG secara konsisten dengan evaluasi kinerja berkelanjutan, menyediakan sumber daya yang handal untuk implementasi pelatihan dan edukasi karyawan, serta membangun sistem pengawasan kontrol internal yang efektif. Semua upaya ini bertujuan membangun budaya GCG perusahaan di seluruh lini dan menjaga akuntabilitas terhadap semua karyawan PT Pelindo Marine Service untuk menciptakan budaya perusahaan yang mengedepankan transparansi, akuntabilitas, dan integritas.

Dalam upaya menjaga konsistensi penerapan GCG, PT Pelindo Marine service juga perlu memastikan keselarasan pemahaman di seluruh tingkatan organisasi dan melakukan menerapkan GCG salah satunya dengan membuat laporan dalam satu tahun kalender kerja, Narasumber 2 menjelaskan dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis bahwa:

“penerapan GCG ini memang sangat penting dan wajib untuk dijalankan perusahaan. tetapi untuk menjalankan GCG secara optimal perlu untuk melakukan kesamaan pemahaman, bisa dilakukan dengan sosialisasi secara bertahap, ini berhubung kita memiliki tiga regional,” Narasumber 3 menambahkan bahwa “kita bisa melihat bahwa dalam setiap tahun kita membuat annual report atau disebut dengan laporan tahunan, kita melaporkan tentang kinerja perusahaan dalam satu tahun, bagaimana kebijakannya, apa saja langkah strategis yang dilakukan perusahaan dalam satu tahun kalender.

Sebagai wujud konkret dari komitmen penerapan GCG yang konsisten, PMS telah menetapkan kebijakan yang dirancang untuk menjamin integritas dan akuntabilitas dalam setiap aspek GCG. Kebijakan-kebijakan berperan sebagai pedoman operasional sekaligus kontrol internal yang memastikan seluruh proses bisnis berjalan sesuai dengan prinsip tata kelola yang baik, hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis, Narasumber 1 menekankan kembali bahwa Pimpinan strategis memiliki peran yang besar dalam memastikan GCG diterapkan:

“Menjamin ya jadi pimpinan strategis ini memiliki peran yang sangat vital dalam memastikan bahwa prinsip GCG ini diterapkan dalam perusahaan ini secara konsisten. Salah satu contoh dengan melakukan asesmen GCG, sehingga dapat diketahui bahwa PMS sudah sesuai standar. di PMS sendiri sudah melakukan asesmen berbasis ASEAN, dan PMS mendapatkan score 92,5 yang artinya sangat baik.

Atas pencapaian dalam menerapkan prinsip- GCG, PMS berhasil meraih skor terbaik dalam penilaian implementasi GCG. Keberhasilan ini tidak hanya mencerminkan komitmen perusahaan dalam menjunjung tinggi integritas dan akuntabilitas, tetapi juga didukung oleh pernyataan dari narasumber 2 yang mengatakan bahwa:

Di Perusahaan untuk menjamin tentu saja, pastinya dilakukan pengawasan internal” Narasumber 3 menambahkan bahwa: “kita juga rutin melakukan audit internal, audit eksternal, di perusahaan saat ini kita memiliki sistem yang disebut Whistleblowing System nah ini saluran yang digunakan untuk melaporkan misalnya ada nih yang melanggar nah tinggal dilaporkan tetapi nama pelapor anonim.”

Mendukung efektivitas pengawasan tersebut, PMS juga berpedoman pada regulasi dan ketentuan tertentu yang mengatur secara jelas prinsip, mekanisme, dan standar pelaksanaan GCG. Pedoman ini menjadi acuan utama bagi seluruh jajaran perusahaan dalam menjalankan tata kelola yang transparan, bertanggung jawab, dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Peneliti melakukan wawancara untuk mengetahui regulasi yang diikuti oleh PT Pelindo Marine Service Surabaya. Narasumber 1 mengatakan bahwa:

“UUnya No 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas dan selain regulasi ada peraturan OJK juga, peraturan pemerintah No 47 Tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial atau kita sebut CSR. jadi peraturan itu mengatur tentang perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial dalam konteks yang lebih luas, dan berkaitan dengan prinsip GCG yang berkaitan dengan transparansi, akuntabilitas serta dampak sosial di lingkungannya seperti apa”

Narasumber 2 dan 3 menambahkan bahwa sebagai perusahaan dibawah naungan kementerian BUMN juga mengikuti regulasi UU yang mewajibkan perusahaan menerapkan GCG dan melakukan CSR. Narasumber 2 mengatakan:

“kita mengikuti peraturan pemerintah No. 47 Tahun 2012 dimana mengatur tentang Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) Jadi perusahaan menerapkan GCG ini sesuai dengan regulasi-regulasi yang berlaku saat ini “ Narasumber 3 menambahkan juga bahwa “Iya kita mengikuti regulasi dari kementerian BUMN dan juga sesuai dengan regulasi pedoman yang mengatur tentang GCG dari sub-holding yang mana ada, Peraturan Menteri BUMN No. PER-01/MBU/2011, ada juga GCG manual PT Pelindo jasa maritim, pedoman pengendalian gratifikasi, jadi perusahaan mengikuti regulasi serta selalu menerapkan prinsip-prinsip GCG agar iklim perusahaan menjadi sehat dan akan berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi perusahaan secara berkelanjutan.

Regulasi yang diikuti oleh PT Pelindo Marine Service dalam penerapan Good Corporate Governance meliputi Pedoman Umum GCG yang ditetapkan oleh Kementerian BUMN, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), serta kebijakan internal perusahaan yang selaras dengan prinsip-prinsip tata kelola yang baik. Namun demikian, meskipun telah memiliki acuan yang kuat dan terstruktur, dalam pelaksanaannya perusahaan tetap menghadapi berbagai tantangan yang memerlukan perhatian khusus agar penerapan GCG dapat berjalan secara optimal dan berkelanjutan. Dalam wawancara penulis menanyakan apa tantangan yang dihadapi oleh perusahaan dalam penerapan GCG, Narasumber 1 menjelaskan bahwa perusahaan menghadapi tantangan dalam konsistensi penerapan dan perubahan regulasi yang terus berkembang dan resisten.

“Tantangan dalam menjalankan GCG secara berkelanjutan di perusahaan sangat kompleks dan multidimensi, terutama berkaitan dengan komitmen dan konsistensi pelaksanaan, efektivitas pengawasan, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan eksternal. Salah satu tantangan utama adalah resistensi terhadap perubahan yang sering muncul terkait aspek budaya organisasi. Pengenalan kebijakan baru atau peraturan yang lebih ketat seringkali mendapat perlawanan yang signifikan, terutama ketika kebijakan tersebut dianggap menghambat cara kerja yang sudah mapan atau mengancam kekuasaan individu tertentu. Kondisi ini sangat berbahaya bagi implementasi GCG, sehingga pihak manajemen harus memiliki kepekaan tinggi dalam mengidentifikasi dan mengelola resistensi terhadap perubahan ini dengan strategi yang tepat dan komprehensif”

Menghadapi tantangan dalam implementasinya, PMS mampu menunjukkan komitmen yang kuat dalam menerapkan prinsip-prinsip GCG secara konsisten dan menyeluruh. Hasil dari komitmen tersebut tercermin dalam capaian perusahaan yang berhasil meraih skor terbaik dalam penilaian GCG, yang turut memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan di mata publik. Keberhasilan tersebut tidak hanya mencerminkan tata kelola perusahaan yang sehat dan berintegritas, tetapi juga mendorong peningkatan kepercayaan dari masyarakat dan para pemangku kepentingan. Narasumber-Narasumber setelah diwawancarai memaparkan dampak dari penerapan GCG di Perusahaan secara konsisten yakni:

”Penerapan GCG yang baik ini meningkatkan reputasi perusahaan Karena dapat menciptakan citra yang lebih positif Di mata pemangku kepentingan, stakeholder, dan

transparansi Jadi ada beberapa alasan mengapa penerapan GCG ini bisa memperbaiki reputasi perusahaan”

Narasumber secara bersama menyetujui bahwa dampak dari penerapan GCG menjadikan perusahaan memiliki reputasi yang baik, dengan penerapan GCG dapat memperbaiki reputasi perusahaan. terbukti dari persepektif masyarakat serta berbagai informasi publik terhadap PT Pelindo Marine Service. Narasumber 1 menyatakan dalam wawancara bahwa:

“Penerapan GCG yang baik ini meningkatkan reputasi perusahaan Karena dapat menciptakan citra yang lebih positif Di mata pemangku kepentingan, stakeholder, dan transparansi Jadi ada beberapa alasan mengapa penerapan GCG ini bisa memperbaiki reputasi perusahaan”

Narasumber 2 menambahkan:

“Kalau soal dampaknya, Penerapan GCG di PT Pelindo Marine Service tentu saja telah memberikan dampak yang signifikan terhadap reputasi dan kinerja perusahaan, terbukti bahwa humas itu setiap bulan selalu memiliki laporan bulanan tentang berita negatif dan positif dan selalu dilihat bahwa sampai saat ini perusahaan mendapatkan respon baik selalu dari masyarakat maupun dari stakeholder”

Penerapan CSR Sebagai Pemenuhan Prinsip Tanggung Jawab Sosial

Salah satu prinsip GCG responsibility atau tanggung jawab, menekankan bahwa perusahaan memiliki kewajiban tidak hanya kepada pemegang saham, tetapi juga kepada masyarakat dan lingkungan. Prinsip ini kemudian diterjemahkan ke dalam bentuk program CSR sebagai upaya perusahaan untuk memberikan kontribusi terhadap pembangunan sosial, ekonomi, dan lingkungan secara berkelanjutan. Dalam wawancara yang dilakukan penulis, Narasumber mengemukakan bahwa:

Narasumber 3:

“Perusahaan kita menerjemahkan prinsip responsibility dalam bentuk TJSL atau CSR, TJSL itu Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan ini untuk perusahaan dibawa naungan BUMN, kalau untuk CSR sebutan umum untuk perusahaan BUMN maupun swasta. konsep CSR ini tidak hanya menjadi semata-mata tanggung jawab sosial saja kepada masyarakat tetapi kita akan melihat lebih dalam lagi, secara pemahaman bahwa CSR yang dilakukan perusahaan memberikan manfaat langsung kepada masyarakat, namun mendukung juga untuk keberlanjutan perusahaan.”

PMS dalam memaksimalkan penerapan GCG secara sempurna, Perusahaan menyusun dan melaksanakan berbagai program CSR/TJSL sebagai bagian dari strategi keberlanjutan perusahaan. Fokus dan prioritas program CSR yang dijalankan perusahaan tidak hanya diarahkan pada kepatuhan terhadap regulasi dibawah naungan kementerian BUMN, tetapi juga pada penciptaan nilai bersama (shared value) bagi masyarakat, lingkungan, dan pemangku kepentingan lainnya. Narasumber 1 mengungkapkan bahwa:

“Jadi kalau kita program TJSL atau CSR itu prioritasnya dari kementerian BUMN prioritasnya mereka kan pendidikan UMK sama lingkungan. CSR kayak lingkungan di Kampung Seng, pendidikan juga ada, terus UMK Batik kan UMK di Kampung Seng terus Batik Surabaya Maritim sama pengeboran sumur sumur air di Madura itu adalah tiga program pentolannya kita”

Narasumber 2 juga menambahkan:

“di tahun 2025 ini, tiga fokus yaitu “BAKTI BUMN” dengan tujuan meningkatkan pendidikan di indonesia dengan kualitas yang lebih bagus dan memberikan bantuan beasiswa kepada siswa berprestasi, di lainnya untuk lingkungan perusahaan ikut mendukung

pelestarian lingkungan dan untuk UMK mendorong para pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas hidup, nah ini kita akan bahas lebih panjang nantinya.”

Strategi CSR di PT Pelindo Marine Service

PMS juga melakukan merancang strategi daalam menunjukkan pendekatan terhadap target CSR dengan mempertimbangkan berbagai faktor mulai dari potensi masyarakat, kolaborasi stakeholder, hingga kepatuhan regulasi. Dalam wawancara mendalam yang dilakukan peneliti, Narasumber 1 menjelaskan bahwa:

“Dalam menentukan lokasi dan target program CSR, perusahaan mempertimbangkan beberapa faktor strategis selain arahan dari kementerian. Proses dimulai dengan melakukan mapping potensi wilayah dan masyarakat sasaran, seperti contoh UMK Kampung Seng yang awalnya hanya menerima bantuan sosial namun ternyata memiliki potensi pengembangan yang lebih besar. Perusahaan juga menjalin kerjasama dengan "local hero" atau tokoh setempat yang sudah memiliki kedekatan dan pemahaman mendalam tentang kondisi masyarakat di lokasi target CSR. Faktor penting lainnya adalah menilai tingkat korporatif dan keterbukaan masyarakat terhadap program pengembangan, serta mengidentifikasi potensi-potensi yang dapat dikembangkan bersama. Pendekatan yang diterapkan cenderung adaptif, dimana program seringkali dimulai dari inisiatif yang sudah berjalan kemudian dikembangkan secara kolaboratif, karena memulai dari nol dianggap lebih sulit dan kurang efektif.”

Selain potensi masyarakat sebagai salah satu factor pertimbangan perusahaan dalam melakukan CSR, Strategi lainnya yang dilakukan oleh PT Pelindo Marine Service juga dalam mengupayakan CSR berjalan dengan lancar yakni dengan melakukan kolaborasi, Narasumber 2 menjelaskan bahwa:

“Dalam pelaksanaan program CSR, perusahaan mengedepankan pendekatan kolaboratif dengan mencari partner yang tepat sesuai dengan tiga prioritas utama CSR. Untuk program UMKM batik misalnya, perusahaan melakukan seleksi ketat dalam menentukan kolaborator yang berpotensi mendukung kesuksesan program. Strategi pemilihan lokasi dan jenis CSR didasarkan pada pertimbangan menyeluruh terhadap potensi daerah dan tingkat kerjasama masyarakat setempat. Perusahaan tidak membatasi diri hanya pada lokasi yang berdekatan dengan area operasional, melainkan mengeksplorasi berbagai wilayah yang memiliki permasalahan spesifik, baik di bidang pendidikan, UMKM, maupun lingkungan yang memang menjadi fokus utama. Sebagai contoh, PT Pelindo Marine Service memilih lokasi CSR yang relatif jauh dari wilayah operasional perusahaan, seperti program UMKM batik di Surabaya dan sumber air di Madura. Jarak geografis tersebut tidak menjadi hambatan dalam pelaksanaan program CSR, karena perusahaan lebih mengutamakan dampak dan kebermanfaatan program bagi masyarakat.”

Dalam konteks implementasi kolaborasi yang efektif tersebut, strategi komunikasi dan pendekatan merupakan strategis lainnya yang dikembangkan oleh PMS dalam pelaksanaan program CSR. Narasumber 1 menyatakan bahwa:

“Komunikasi ke masyarakatnya itu kita dibantu sama organisasi masyarakat namanya Baitul Mal Muamalat. Jadi, memang mereka itu organisasi masyarakat yang, apa namanya, kayak bantu komunikasi lagi. Perannya mereka itu menyatakan komunikasi antara kita sebagai perusahaan sama masyarakatnya. Karena kita kolaborasi bareng mereka, akhirnya kan komunikasinya enak gitu. Jadi, kayak mereka komunikasi, kita bisa dari mereka sebagai organisasi itu komunikasi ke masyarakat.”

Narasumber 3 Kemudian menekankan kembali strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT Pelindo Marine Service yaitu:

“Sebelumnya kita membangun hubungan kerja sama dengan LSM dan wali kota surabaya pak ery juga menjadi partner kolaborasi dalam program CSR ini. dengan adanya komunikasi yang baik dan partnership, tingkat keberhasilan CSR semakin besar, kita juga harus melihat target lokasi CSR ini karakteristik mereka seperti. dengan mengidentifikasi dan membangun hubungan dan kolaborasi dapat memperlancar komunikasi sampai kepada target sasaran CSR.”

Penerapan strategi komunikasi dan pendekatan yang efektif tentunya memerlukan alokasi waktu yang tepat, mengingat setiap program CSR PT Pelindo Marine Service memiliki karakteristik dan kebutuhan durasi yang berbeda. PMS terkhususnya Humas, mengikuti regulasi perusahaan untuk melakukan CSR dalam satu Tahun. Semua narasumber mengatakan juga bahwa untuk waktu pelaksanaan CSR, Humas PMS mengikuti regulasi dengan ketentuan satu tahun kalender.

Berbeda dengan praktik CSR konvensional yang umumnya berfokus pada area sekitar operasional perusahaan, PT Pelindo Marine Service menerapkan strategi CSR dengan cakupan geografis yang lebih luas. Pemilihan lokasi yang jauh dari wilayah operasional ini didasari oleh tujuan-tujuan strategis, Narasumber 1 & 5 menjabarkan bahwa:

Perusahaan dalam melaksanakan program CSR mempertimbangkan hubungan timbal balik yang menguntungkan baik bagi perusahaan maupun masyarakat, sekaligus membangun relasi strategis jangka panjang. Program CSR di Madura, meskipun secara geografis jauh dari pusat operasional, memiliki nilai strategis karena wilayah perairan Madura merupakan jalur lalu lintas kapal perusahaan yang dikelola pemerintah setempat. Hubungan baik dengan masyarakat Madura diharapkan dapat memperlancar operasional dan memberikan "license to operate" yang lebih solid. Sementara itu, pemilihan Kampung Seng Tangguh untuk program pendidikan yang berlokasi dekat pelabuhan operasional perusahaan memberikan manfaat langsung berupa dukungan masyarakat lokal. Kerjasama yang terbangun dengan Kampung Seng memungkinkan perusahaan untuk berdiskusi dan mendapat dukungan ketika menghadapi tantangan operasional, seperti rencana perluasan area operasional, sehingga memperkuat keberhasilan perusahaan tanpa harus memulai komunikasi dari awal.

Narasumber 3 juga menambahkan tujuan dari dilakukan CSR di Lokasi yang berbeda:

“Untuk tujuan kenapa perusahaan memilih tiga titik lokasi CSR yang berbeda, PMS dalam pemilihan lokasi CSR pertama adalah bantuan sumber air madura, umk batik di dolly dan kampung seng tangguh. untuk batik dolly, tempat itu dulunya merupakan tempat lokalisasi kemudian saat walikota surabaya ibu Risma membubarkan, secara tidak langsung terjadi peningkatan pengangguran, nah saat itu bu Risma menggantikan mata pencaharian mereka dengan berbagai UMK, kita menemukan bahwa UMK batik ini menjadi salah satu UMK yang bisa berkembang dan batik kan memiliki Nilai, apalagi batik ini batik tulis, CSR ini kita jalankan kita belikan alat, memperbaiki tempat produksi menjadi lebih baik, serta memberikan pelatihan lebih mendalam bersama dengan ahlinya, kita mendapatkan kesempatan untuk branding karena motif batik dinamakan batik maritim yang berkaitan dengan perusahaan kita yang bergerak di bidang maritime.”



Gambar 1. UMK Batik Dolly

Sumber: website pelindo.com, 2024

Konsep CSR yang dijalankan oleh PMS merupakan CSR yang berkelanjutan, dengan tujuan ketika melakukan CSR perusahaan dan masyarakat bersama-sama mendapatkan keuntungan jangka panjang. Narasumber 5 menjelaskan bahwa:

Berbicara tentang CSR ya, PMS ini menjalankan program CSR dengan tujuan melihat juga keuntungan timbal balik, kalau berbicara amal PMS mungkin melakukan amal tetapi tidak mengharapkan keuntungan balik, jadi secara sukarela, nah konsep CSR kita ini tidak juga masuk ke greenwashing, benar-benar CSR dengan tujuan mendapatkan timbal balik perusahaan dengan masyarakat.

Perusahaan dalam melakukan CSR harus sesuai dengan semua prinsip-prinsip GCG, dengan melakukan prinsip akuntabilitas dalam pelaksanaan CSR, perusahaan perlu melakukan pengawasan lapangan terhadap progress CSR, dalam wawancara peneliti menanyakan bagaimana pengawasan di lapangan ketika program CSR dijalankan. Narasumber menyatakan bahwa:

“Dalam pengawasan program CSR, perusahaan menerapkan pendekatan kolaboratif dengan tidak turun langsung setiap hari ke lapangan, melainkan bermitra dengan organisasi masyarakat seperti Yayasan Baitul Mal di Madura yang berperan sebagai pelaksana utama mulai dari desain program, mapping masyarakat, hingga eksekusi berkelanjutan. Perusahaan tetap melakukan pengawasan sesuai regulasi internal dengan menjadikan organisasi mitra sebagai orang kepercayaan dan penggerak di lapangan, dimana perusahaan berposisi sebagai Event Organizer yang mengkoordinasikan keseluruhan program. Humas perusahaan terlibat secara langsung dalam koordinasi, sementara pengawasan lapangan dipercayakan kepada LSM mitra sebagai perpanjangan tangan perusahaan. Untuk memastikan efektivitas program, tim dari kantor pusat melakukan tinjauan langsung ke lokasi CSR secara berkala untuk memantau progres, dan perusahaan juga berpartisipasi dalam lomba-lomba CSR yang diselenggarakan PELINDO kantor induk sebagai bentuk evaluasi sekaligus meningkatkan citra perusahaan di mata stakeholder”



Gambar 2. Baitul mal dan Humas PMS di Madura

Sumber: website pelindo

PT Pelindo Marine Service kemudian mengikuti penilaian terhadap program CSR yang dijalankan, dalam penilaian Narasumber menjelaskan bahwa konsep pengukuran dengan SROI dan IKM. Narasumber 1 menjelaskan:

Perusahaan mengukur efektivitas program CSR melalui dua metode utama yaitu SROI (Social Return on Investment) dan IKM (Indeks Kepuasan Masyarakat). Pengukuran SROI dilakukan dengan menghitung nilai rupiah dari manfaat yang diperoleh, seperti contoh program sosialisasi APAR yang berhasil mencegah kerugian kebakaran di masyarakat, dimana nilai mitigasi kerugian tersebut dikalkulasi sebagai benefit perusahaan. Untuk memastikan akurasi pengukuran, perusahaan bekerja sama dengan akademisi dalam melakukan analisis mendalam. Sementara itu, IKM mengukur tingkat kepuasan masyarakat melalui survei yang kemudian dikalkulasi dalam bentuk skor. Hasil pengukuran menunjukkan pencapaian yang sangat baik dengan skor IKM mencapai 88,3 dari skala 100, yang mengindikasikan keberhasilan program CSR dalam memberikan dampak positif bagi masyarakat sekaligus menciptakan value bagi perusahaan. Serta CSR ini juga ada lomba nya setiap tahun di BUMN, jadi kita pasti memanfaatkan kesempatan tersebut untuk melakukan yang terbaik.

Setelah pengukuran efektivitas program CSR dilakukan PMS melalui metode seperti SROI dan IKM, aspek lain yang tidak kalah penting dalam mendukung keberhasilan strategi CSR adalah publikasi. Publikasi berperan sebagai sarana komunikasi perusahaan untuk menyampaikan hasil, dampak, dan nilai dari program CSR kepada publik dan pemangku kepentingan, Narasumber sebagai Humas, menjelaskan bahwa:

“Tim Humas perusahaan menerapkan strategi "oportunis" dengan memanfaatkan setiap kesempatan publikasi untuk mendukung pencapaian SROI program CSR. Strategi ini melibatkan identifikasi dan kerjasama dengan Key Opinion Leader (KOL) atau tokoh berpengaruh di setiap lokasi CSR, seperti petani di Madura atau Walikota Surabaya Ery Cahyadi untuk program batik, karena dukungan mereka menjadi kunci kelancaran dan kredibilitas program. Dalam publikasi konten, Humas memperhatikan aspek autentisitas dengan menggunakan pendekatan lokal, seperti menggunakan bahasa Madura untuk konten CSR di Madura agar tercipta kesan dekat dan hangat dengan masyarakat. Strategi ini terbukti efektif ketika juri lomba CSR mempertanyakan keaslian konten dan meminta konfirmasi langsung dengan penerima manfaat. Semua materi publikasi tetap mengikuti kaidah jurnalistik 5W+1H dengan membedakan format formal dan non-formal, menyesuaikan tren terkini, serta melakukan kolaborasi strategis dengan stakeholder kunci untuk memaksimalkan dampak dan kredibilitas program CSR.”

Sebelum program CSR dijalankan dan dipublikasikan melalui berbagai media, Humas terlebih dahulu mengikuti prosedur yang telah ditetapkan sesuai dengan regulasi dan kebijakan internal perusahaan. Setiap tahapan pelaksanaan, termasuk proses komunikasi eksternal, harus mendapatkan persetujuan dari pihak yang memiliki otoritas. Dalam wawancara yang dilakukan, narasumber menjelaskan bahwa terdapat pejabat tertentu di lingkungan manajemen yang berwenang memberikan persetujuan akhir terhadap pelaksanaan dan publikasi program CSR, guna memastikan bahwa seluruh kegiatan sejalan dengan nilai-nilai perusahaan serta prinsip GCG. Narasumber 1 menjelaskan bahwa:

“kalau menyetujui itu diramu sama semua anggota Humas, karena otoriternya adalah humas, penjaga pintunya itu aku sama mas khalid sebagai staf, yang meramu pesannya, penjaga pintu pertamanya pak lukman selaku VP terus penjaga pintu keduanya pak sekper, dan memang untuk publikasi kita hanya sampai ke sekper pak fesi, kalau buat csr nya itu sampai ke direksi, seperti mulai rencana kita menjalani program, dana yang dikeluarkan

berapa, sampai ke direktur utama”

Pembahasan

Sebagai anak perusahaan yang bernaung di bawah Kementrian BUMN PT PMS memiliki kewajiban dan tanggung jawab untuk secara konsisten menerapkan prinsip-prinsip GCG dalam setiap aspek operasionalnya. Prinsip-prinsip GCG yang di implementasikan oleh PMS mencakupi Transparansi, Akuntabilitas, Responsibilitas, Independensi dan Keadilan. Penerapan GCG tidak bertujuan hanya untuk meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan keadilan dalam pengelolaan perusahaan, tetapi juga untuk memastikan bahwa setiap kebijakan dan tindakan yang diambil sejalan dengan kepentingan stakeholders serta mendukung keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang. PMS secara konsisten, menerapkan praktik GCG dalam operasional perusahaan. Hal ini terbukti dengan mengaplikasikan Budaya perusahaan “corporate culture”. Penerapan prinsip-prinsip GCG di PMS menjadi Etika yang memegang peranan kunci dalam membangun iklim perusahaan yang baik.

Mendukung upaya implementasi GCG di perusahaan, PMS rutin dalam melakukan pengembangan karyawan secara keberlanjutan dengan tujuan memastikan semua prinsip dijalankan dengan sesuai, system sosialisasi secara berkala dalam internal perusahaan juga dilakukan sebagai mekanisme kontrol internal perusahaan. GCG menjadi landasan Etika yang menjadi krusial dalam membangun ruang lingkup internal yang mendukung integrasi dalam semua aspek operasional perusahaan. Salah satu upaya yang secara berkala dijalankan yaitu dengan Laporan Tahunan secara berkala sebagai dokumentasi kinerja perusahaan, Laporan Tahunan (annual report) menjadi sebuah instrument pemenuhan prinsip tranparansi dalam perusahaan.

Upaya-upaya yang dilakukan dalam perusahaan PMS, Di perlukan juga system pengawasan internal guna memastikan semua lini terkontrol dengan baik. Dalam pengawasan perusahaan secara rutin juga melakukan asesmen GCG dalam setiap tahun dan dapat mengetahui pelanggaran dalam proses assessment internal perusahaan. Pengawasan internal dengan assessment, bertujuan untuk mengukur efektivitas dari kelima prinsip yakni, Transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, dan keadilan atau fairness. Perusahaan PMS telah melakukan assessment tingkat ASEAN dan memperoleh score 92,5 dengan artian sangat baik. System assessment ini juga didukung dengan pengembangan system dalam perusahaan PMS yang dinamakan “whistleblowing system” yang merupakan sebuah saluran untuk melaporkan terkait pelanggaran terhadap Prinsip-prinsip GCG dalam lingkup perusahaan dengan nama pelapor sebagai yang tidak dikenal (anonym).

Kompleksitas struktur perusahaan PMS dan cakupan wilayah operasional menimbulkan tantangan tersendiri dalam mengimplementasikan GCG, PMS menghadapi tantangan dalam proses penerapan yakni mempertahankan komitmen dan konsistensi dalam penerapannya di semua wilayah operasional. PMS juga harus menghadapi berbagai perubahan dalam regulasi seiring dengan perkembangan bisnis setiap hari. PMS menghadapi resistensi dalam operasional perusahaan, yang mana terkadang regulasi yang baru dianggap menghambat cara kerja yang sudah dilakukan dalam perusahaan. Serta internal perusahaan yang menganggap perubahan regulasi dapat mempengaruhi kekuasaan individu yang menjadi ancaman bagi PMS sebagai perusahaan. Selain dari itu PMS menekankan pentingnya melakukan pengawasan efektif ketika terjadi perubahan regulasi dengan memperhatikan struktur dan budaya dalam perusahaan. Mendukung kebijakan pemerintah sebagai perusahaan yang berkelanjutan PMS harus mampu dalam menyesuaikan dinamika ekonomi global.

CSR atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) merupakan perwujudan konkret dari prinsip responsibility dalam GCG. PT Pelindo Marine Service menyepakati bahwa CSR bukan sekadar kewajiban sosial perusahaan, melainkan bagian integral dari pemenuhan prinsip GCG yang menunjukkan tanggung jawab perusahaan terhadap stakeholder, masyarakat, dan lingkungan sekitar. Sebagai perusahaan BUMN, PMS menggunakan istilah TJSL untuk merujuk pada program tanggung jawab sosialnya. Dalam konteks ini, CSR dan TJSL memiliki makna yang sama, namun secara khusus untuk perusahaan di bawah naungan BUMN, program tanggung jawab sosial disebut sebagai TJSL, sedangkan CSR merupakan istilah umum yang digunakan baik untuk perusahaan BUMN maupun swasta.

PT Pelindo Marine Service memiliki tiga fokus program CSR dan dijadikan sebagai program unggulan yakni dalam bidang pendidikan dengan nama program SIROLAN yang mencakupi aspek pendidikan, dalam bidang UMK dengan mendukung pengrajin batik di kampung Dolly dengan nama program Batik maritime, sedangkan untuk CSR di bidang lingkungan yaitu dengan nama program Sumber mata air berkah Madura. Strategi yang dilakukan oleh Humas PMS dalam implementasi program CSR dimulai dengan melakukan Mapping atau survei komprehensif di berbagai wilayah untuk mengidentifikasi potensi lokasi dan kebutuhan masyarakat. Humas kemudian memfilter calon program CSR dengan memprioritaskan wilayah yang sudah memiliki program berjalan namun menghadapi masalah krusial, sambil mempertimbangkan manfaat strategis yang dapat diperoleh perusahaan sebagai bentuk compliance terhadap regulasi BUMN tentang keberlanjutan. Dalam menentukan lokasi CSR, PMS tidak membatasi cakupan wilayah yang berada di sekitar operasional perusahaan, melainkan mengeksplorasi berbagai wilayah berdasarkan tingkat kebutuhan masyarakat dan potensi dampak positif yang dapat diciptakan.

Setelah proses survey lokasi, Humas PMS membangun hubungan komunikasi yang baik dengan berbagai pihak yang dapat berkontribusi dalam keberhasilan program, yaitu masyarakat, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), Key Opinion Leader, tokoh lokal (Local Hero), dan tokoh masyarakat adat untuk memastikan dukungan dan penerimaan program. Program CSR baru dilaksanakan setelah perusahaan memastikan bahwa kehadiran dan program yang ditawarkan telah diterima dengan baik oleh masyarakat setempat, sehingga implementasi dapat berjalan lancar dan berkelanjutan.

Program CSR Bidang Pendidikan: SIROLAN

Program SIROLAN merupakan program CSR unggulan PT PMS di bidang pendidikan yang dirancang untuk meningkatkan kualitas pendidikan masyarakat sebagai bentuk implementasi prinsip responsibility dalam GCG. Program ini mencakup konsep Triple Bottom Line yang mengintegrasikan aspek People (pemberdayaan masyarakat melalui pendidikan), Planet (pendekatan berkelanjutan), dan Profit (penciptaan nilai strategis bagi perusahaan). Dalam menjalankan program ini, PMS melakukan strategi komunikasi yang kompleks dengan Humas berperan sebagai jembatan komunikasi untuk menyampaikan seluruh informasi program. Humas PMS sebagai komunikator menjalankan fungsinya dengan mengirim pesan bertujuan menjalin hubungan kerja sama dengan masyarakat yang menjadi target program CSR. Proses komunikasi yang dilakukan oleh Humas merupakan strategi agar program CSR dapat berjalan dengan lancar. Dalam dimensi komunikasi, terdapat elemen saluran (channel) sebagai alat penyampaian pesan. Dalam perencanaan program CSR, Humas memanfaatkan berbagai saluran komunikasi mulai dari saluran konvensional seperti surat resmi, saluran elektronik seperti telepon untuk follow-up, hingga saluran personal melalui tokoh masyarakat (Local Hero) di lokasi CSR, yang bertugas menyampaikan informasi

kepada masyarakat di wilayah target secara langsung. Strategi komunikasi melalui Local Hero ini memiliki keuntungan dan risiko dalam konsep komunikasi, dimana Humas PMS melihat peluang sejauh mana strategi komunikasi yang dijalankan dapat memperoleh hasil komunikasi yang optimal (Muniarti, 2019).vFaktor penting bagi PMS dalam menggaet Local Hero adalah mempertimbangkan tingkat kooperatif dan keterbukaan masyarakat sasaran terhadap program yang akan dilaksanakan, karena PMS meyakini strategi kolaborasi dengan warga asli dari daerah sasaran program menjadi prasyarat keberhasilan implementasi program CSR. Humas PMS berhasil membangun komunikasi dengan Local hero yang kemudian menjadi awal dari berjalannya program CSR di kampung seng tangguh. Membangun komunikasi dengan Local Hero ini juga dengan tujuan agar pesan yang disampaikan oleh Humas PMS diterjemahkan lebih lanjut oleh Local Hero dan lebih besar kemungkinan diterima oleh masyarakat kampung seng tangguh, serta juga untuk meminimalisir terjadinya gangguan (noise) dalam tujuan komunikasi dari Humas PMS. Program Kampung Seng Tangguh dalam bidang pendidikan sebelumnya menghadapi kekurangan tenaga pendidik untuk anak-anak, sehingga PMS memberikan dukungan agar pendidikan dapat terus berkembang. Kondisi awal menunjukkan keterbatasan fasilitas dan tenaga pengajar yang hanya berjumlah satu orang, sehingga program edukasi SIROLAN tidak dapat berjalan secara rutin. Setelah implementasi program CSR, terjadi peningkatan signifikan dalam aspek sumber daya pendidikan. Tenaga pengajar bertambah menjadi tiga orang dan tersedia lebih dari 60 bahan ajar, sehingga minat belajar anak-anak meningkat. Peningkatan ini terlihat dari bertambahnya frekuensi kegiatan SIROLAN, penambahan jumlah peserta, serta pemberian beasiswa untuk anak-anak berprestasi. Transformasi ini menunjukkan efektivitas program CSR dalam meningkatkan kualitas pendidikan di wilayah sasaran (Portofolio Humas PMS, 2024).PMS juga memiliki tujuan lain selain sebagai pemenuhan tanggung jawab kepada masyarakat dan lingkungan. Dengan terpilihnya kampung seng tangguh sebagai lokasi CSR, PMS melihat peluang strategis dalam pemilihan Kampung Seng Tangguh sebagai lokasi CSR karena berada di sekitar wilayah operasional perusahaan. Lokasi CSR ini dimaksudkan untuk membangun jaringan strategis yang dapat mendukung ekspansi operasional perusahaan secara berkelanjutan di masa depan, yang merupakan aspek profit dalam konsep Triple Bottom Line. Program Kampung Seng Tangguh yang berlokasi dekat pelabuhan operasional mencerminkan pendekatan strategis ini, dimana perusahaan membangun komunikasi dan kerjasama yang solid dengan masyarakat sekitar melalui program pendidikan. Hubungan yang terjalin melalui program CSR ini menjadi modal sosial penting ketika perusahaan membutuhkan dukungan untuk perluasan area operasional, sehingga proses negosiasi dan diskusi dapat berlangsung lebih efektif karena telah terbangun kepercayaan dan komunikasi yang baik dengan masyarakat setempat.

Program CSR Bidang Ekonomi: Batik Maritime Dolly

Program CSR di bidang UMKM dengan nama "Karya Punden Batik" yang berlokasi di kawasan eks-lokalisasi Dolly dimanfaatkan oleh PMS sebagai strategi corporate branding dan peningkatan reputasi perusahaan. PMS tidak hanya berkontribusi dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat pasca penutupan eks-lokalisasi Dolly, tetapi juga mendukung penciptaan produk batik maritime yang secara tidak langsung mengkomunikasikan nilai-nilai positif perusahaan. Dalam proses produksi batik tulis tersebut, PMS mengintegrasikan identitas perusahaan ke dalam produk yang dinamakan "Batik Maritime" dengan ciri khas korporat PMS, sehingga menciptakan brand awareness secara berkelanjutan. Program CSR "Karya Punden Batik" menunjukkan implementasi konsep Triple Bottom Line yang komprehensif. Dari aspek People (manusia), program ini memberikan pemberdayaan

ekonomi kepada masyarakat eks-lokalisasi Dolly melalui peningkatan kompetensi perajin dalam teknik produksi batik dan penguasaan teknik penggunaan pewarna alami. Dari aspek Planet (lingkungan), penggunaan pewarna alami dalam proses produksi batik menunjukkan komitmen perusahaan terhadap praktik ramah lingkungan dan keberlanjutan ekosistem. Sedangkan dari aspek Profit (keuntungan), program ini berfungsi sebagai media komunikasi pemasaran yang efektif untuk membangun citra positif perusahaan, meningkatkan brand awareness, dan menciptakan nilai tambah ekonomi bagi seluruh stakeholder yang terlibat.

Program ini mendemonstrasikan bagaimana CSR dapat berfungsi sebagai media komunikasi pemasaran yang efektif untuk membangun citra positif perusahaan di mata publik. Dalam implementasi strategi promosi produk, divisi Humas PMS berkolaborasi dengan Pemerintah Kota Surabaya melalui figur Wali Kota untuk mempromosikan karya batik maritime sebagai upaya meningkatkan visibilitas dan daya jual produk. Kompetensi perajin mengalami peningkatan signifikan dalam teknik produksi batik dan penguasaan teknik penggunaan pewarna alami melalui program pelatihan berkelanjutan yang dikombinasikan dengan dukungan promosi dan pemasaran dari PMS.

Dalam dimensi komunikasi, kolaborasi dengan Wali Kota Surabaya berkaitan dengan aspek komunikator dan kredibilitas komunikator, di mana Wali Kota sebagai figur publik memiliki source credibility yang tinggi, kemampuan dalam mempengaruhi opini publik, serta memberikan daya tarik yang memperkuat keberadaan produk batik maritime di pasar lokal dan regional. Tujuan strategis lain dari PMS dalam kolaborasi ini tidak hanya untuk meningkatkan kualitas produk dan membuka akses pasar yang lebih luas bagi para perajin, tetapi juga untuk membangun hubungan strategis yang dapat memberikan kemudahan akses perizinan dan dukungan regulasi bagi keberlanjutan operasional perusahaan di masa mendatang.

Program CSR Bidang Lingkungan: Sumber Mata Air Berkah Madura

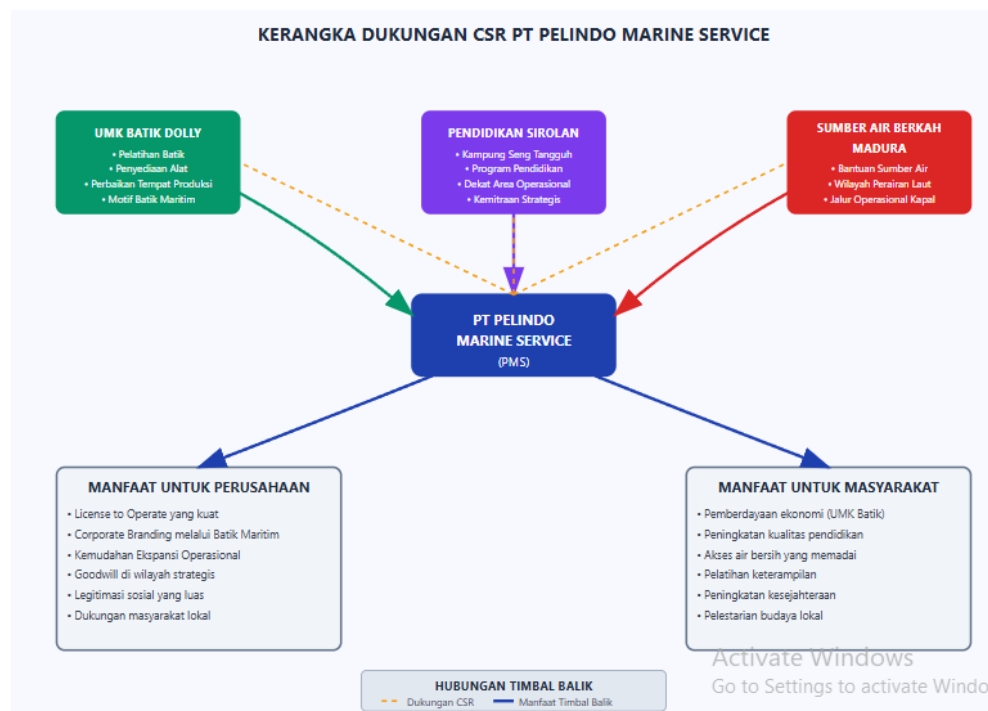
Dalam program CSR "Sumber Mata Air Berkah Madura", Humas PMS mengidentifikasi permasalahan utama yaitu kurangnya persediaan air bersih untuk kegiatan pertanian bagi petani di Desa Socah Petaonan, Madura. Kondisi ini berdampak pada rendahnya produktivitas pertanian warga setempat yang menggantungkan hidup pada sektor agraris. Merespons permasalahan tersebut, PMS berinisiatif menyediakan sumber air bersih melalui pembangunan infrastruktur air untuk meningkatkan produktivitas pertanian warga. Program ini tidak hanya bertujuan memberikan solusi atas masalah air bersih, tetapi juga diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat petani melalui peningkatan hasil panen yang lebih optimal.

Program CSR "Sumber Mata Air Berkah Madura" menerapkan konsep Triple Bottom Line secara terintegrasi. Dari aspek People (manusia), program ini memberikan manfaat langsung berupa penyediaan akses air bersih untuk kebutuhan pertanian dan domestik masyarakat Desa Socah Petaonan, serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi petani melalui optimalisasi hasil panen. Dari aspek Planet (lingkungan), pembangunan infrastruktur air bersih berkontribusi pada pelestarian sumber daya air dan mendukung keberlanjutan ekosistem pertanian lokal. Sedangkan dari aspek Profit (keuntungan), program ini berfungsi sebagai strategi memperoleh licence to operate dan membangun goodwill jangka panjang yang mendukung kelancaran operasional maritim perusahaan di wilayah perairan Madura. Humas PMS menciptakan kolaborasi kemitraan yang strategis dengan berbagai pihak terkait serta melakukan identifikasi mendalam terhadap karakteristik sosial, budaya, dan kebutuhan masyarakat setempat. Pendekatan ini penting untuk memahami dinamika lokal dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap program CSR yang akan dilaksanakan. Pada

program lingkungan dengan program unggulan "Sumber Mata Air Berkah Madura", Humas PMS menjalin kerja sama strategis dengan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) Baitul Mal Muamalat yang berperan sebagai mediator komunikasi antara perusahaan dan masyarakat. Pemilihan LSM lokal sebagai mitra komunikasi menunjukkan pemahaman Humas PMS akan pentingnya kredibilitas dan akseptabilitas komunikator dalam proses penyampaian informasi kepada masyarakat, di mana LSM yang telah memiliki hubungan dan kepercayaan dengan masyarakat setempat dapat memfasilitasi kelancaran komunikasi dan implementasi program CSR dengan lebih mudah dan harmonis.

Tujuan PMS memilih lokasi CSR di Madura didasarkan pada penerapan konsep "licence to operate" sebagai strategi untuk memperoleh legitimasi sosial dalam menjalankan operasional bisnis. Meskipun secara geografis Madura tidak berada dalam satu daratan dengan pusat operasional PMS yang berlokasi di Surabaya, wilayah Madura memiliki posisi strategis sebagai jalur lalu lintas kapal milik perusahaan yang memerlukan dukungan dan penerimaan masyarakat lokal. Melalui program CSR "Sumber Air Berkah Madura", PMS berupaya menjalin hubungan harmonis dengan pemerintah dan masyarakat Madura untuk menciptakan persepsi positif yang mendukung kelancaran operasional maritim perusahaan. Strategi ini bertujuan membangun "goodwill" atau niat baik jangka panjang yang bermanfaat bagi keberlangsungan operasional perusahaan, di mana dukungan dan penerimaan masyarakat lokal menjadi modal sosial penting dalam menjamin aksesibilitas dan stabilitas kegiatan bisnis di wilayah perairan Madura.

Berikut pola strategi Hubungan timbal balik PMS dalam melakukan CSR terhadap masyarakat dan pemerintah.



Gambar 3. Pola strategi PMS dalam program CSR

Sumber: dibuat oleh penulis, 2025

Dalam penelitian ini, Humas PMS menerapkan CSR dengan pendekatan strategis, yang melihat peluang profit bagi perusahaan. Dalam konsep CSR, yaitu kewajiban moral dan semata tanggung jawab social hanya ke masyarakat, CSR oleh PMS mengembangkan

pandangan yang lebih luas dalam menerapkan CSR. Dalam penelitian ini PMS tidak hanya menjadikan CSR sebagai bentuk tanggung jawab, tetapi juga sebagai investasi jangka panjang. Dengan program-program yang dirancang, PMS mengharapkan tidak hanya memberikan dampak positif kepada masyarakat, tetapi program yang dirancang juga memberikan kontribusi pada keberlanjutan operasional perusahaan.

Tim Humas Juga dalam mendukung optimalisasi CSR, Humas mengoptimalkan multi-platform digital dan konvensional dengan memperhatikan prinsip jurnalistik 5W+1H secara fleksibel, mengidentifikasi dan berkolaborasi dengan Key Opinion Leader di setiap lokasi CSR untuk meningkatkan kredibilitas dan jangkauan program, serta menyesuaikan pendekatan publikasi dengan karakteristik demografis, psikografis, dan geografis target audiens. Dalam sistem pengawasan, Humas terlibat dalam pengawasan ganda dengan berkolaborasi dengan mitra lokal sebagai perpanjangan tangan perusahaan, dan partisipasi dalam lomba CSR Kementerian BUMN menjadi validasi eksternal yang meningkatkan citra perusahaan. Seluruh aktivitas publikasi mengikuti alur persetujuan terstruktur mulai dari staf Humas, VP Media Relations, hingga Sekretaris Perusahaan, sementara program CSR memerlukan persetujuan direktur, dimana setiap tahap mempertimbangkan kesesuaian dengan kebijakan perusahaan, dampak SROI, dan prinsip GCG, sehingga berhasil menciptakan sinergi antara tanggung jawab sosial dan strategi komunikasi yang menghasilkan dampak positif bagi masyarakat sekaligus meningkatkan reputasi perusahaan di mata stakeholder.

4. KESIMPULAN

Perusahaan-perusahaan di Indonesia meningkatkan penerapan GCG sebagai sistem tata kelola yang fundamental. Perusahaan saat ini baik swasta maupun BUMN menerapkan GCG secara komprehensif dalam operasional perusahaan. Dalam menerapkan GCG ini perusahaan tidak menjalankan sebatas regulasi tetapi dengan penuh kesadaran bahwa GCG menjadi kunci penting dalam mempertahankan nilai transparansi, akuntabilitas, dan kinerja perusahaan dalam jangka waktu yang lama dan berkelanjutan. PMS menyadari bahwa sistem tata kelola yang baik menjadi aspek fundamen dalam mencapai tujuan keberlanjutan bisnis, membangun kepercayaan stakeholder dan meningkatkan daya saing di era globalisasi yang kompetitif.

Humas PMS berperan sebagai komunikator strategis yang menjembatani hubungan perusahaan dengan masyarakat dan stakeholder dalam penerapan prinsip GCG melalui program CSR. Dalam menjalankan fungsi komunikasinya, Humas tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai fasilitator komunikasi dua arah yang memungkinkan dialog konstruktif atau membangun pemahaman bersama antara perusahaan dengan berbagai pihak yang terlibat. Strategi komunikasi yang dijalankan Humas PMS dimulai dari tahap komunikasi riset dan analisis melalui survey mendalam terhadap wilayah target CSR. Survey ini bertujuan memahami karakteristik audience, mengidentifikasi kebutuhan komunikasi spesifik masyarakat setempat, serta menganalisis potensi hambatan komunikasi di lapangan. Melalui pendekatan ini, Humas dapat merancang strategi komunikasi yang tepat sasaran dan sesuai konteks sosial budaya masyarakat target. Humas PMS juga menerapkan strategi komunikasi kolaboratif dengan memanfaatkan komunikator perantara seperti Local Hero, Key Opinion Leader, dan LSM sebagai mediator komunikasi. Pemilihan komunikator perantara ini didasarkan pada pertimbangan source credibility dan akseptabilitas di masyarakat lokal, sehingga dapat memperkuat efektivitas program CSR, mengurangi hambatan komunikasi lintas budaya, dan memastikan pesan program diterima dengan baik oleh masyarakat sasaran.

PMS Memiliki tiga program CSR unggulan yang diimplementasikan oleh PMS mendemonstrasikan penerapan konsep Triple Bottom Line secara sistematis dan terintegrasi. Dalam dimensi People (aspek sosial-kemasyarakatan), program SIROLAN berkontribusi pada peningkatan kapasitas pendidikan masyarakat Kampung Seng Tangguh melalui penambahan sumber daya pengajar dari satu menjadi tiga tenaga pendidik dan penyediaan lebih dari 60 materi pembelajaran, program Batik Maritime Dolly mengoptimalkan pemberdayaan ekonomi komunitas pasca penutupan eks-lokalisasi Dolly melalui transfer pengetahuan teknik produksi batik dan aplikasi pewarna alami, sedangkan program Sumber Mata Air Berkah Madura memberikan solusi infrastrukural berupa akses air bersih yang meningkatkan produktivitas sektor agraris dan kesejahteraan petani Desa Socah Petaonan. Dalam dimensi Planet (aspek lingkungan), program Sumber Mata Air Berkah Madura mengimplementasikan pembangunan infrastruktur air berkelanjutan dengan prinsip konservasi sumber daya air, sementara program Batik Maritime Dolly menerapkan praktik produksi eco-friendly melalui utilisasi pewarna alami yang meminimalkan dampak negatif terhadap ekosistem. Dalam dimensi Profit (aspek ekonomi jangka panjang), program SIROLAN berfungsi membangun modal sosial dan memfasilitasi proses negosiasi strategis untuk ekspansi operasional korporat, program Batik Maritime Dolly beroperasi sebagai instrumen corporate branding yang menghasilkan brand awareness berkelanjutan sambil membangun relasi strategis dengan stakeholder pemerintah untuk kemudahan akses regulasi, sedangkan program Sumber Mata Air Berkah Madura menerapkan konsep "licence to operate" sebagai mekanisme memperoleh legitimasi sosial dan mengonstruksi "goodwill" atau niat baik, jangka panjang yang mendukung kontinuitas operasional maritim perusahaan di kawasan perairan Madura.

Penelitian ini memperoleh pandangan baru dalam konsep CSR, yakni Humas PMS tidak hanya secara langsung melakukan CSR sebagai bentuk tanggung jawab dan etika moral perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan, tetapi melihat peluang dalam program CSR untuk keberlanjutan perusahaan. Berdasarkan analisis ketiga aspek Triple Bottom Line dari program CSR di PMS, aspek Profit (Keuntungan Jangka Panjang) memberikan benefit paling banyak dan strategis bagi perusahaan. Aspek Profit mencakup keuntungan dari ketiga program sekaligus yakni legitimasi sosial dan akses operasional (Program Madura), corporate branding dan hubungan strategis dengan pemerintah (Program Batik Dolly), serta modal sosial untuk ekspansi bisnis (Program SIROLAN). Keuntungan ini bersifat berkelanjutan dan memiliki efek multiplier yang mendukung sustainability bisnis PT PMS dalam jangka panjang, sehingga memberikan return on investment yang paling optimal dibandingkan aspek People dan Planet.

Manfaat penelitian ini bias menjadi acuan perusahaan lain dalam melakukan program CSR. PMS menerapkan CSR bukan sebagai konsep pemberian/ amal (charity) atau sebagai bentuk penebusan dosa perusahaan (greenwashing), tetapi sebagai bentuk shared value antara perusahaan dan masyarakat. PMS memastikan setiap program CSR menciptakan shared value memberikan manfaat sosial dan lingkungan sekaligus nilai jangka panjang bagi perusahaan berupa modal sosial, kemudahan akses operasional, dan dukungan regulasi. Dengan demikian, CSR tidak lagi dipandang sebagai pusat biaya (cost center), melainkan sebagai investasi strategis yang mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis perusahaan dalam jangka panjang.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Argenti, P., Holmes, P., & Smittenaar, M. (2023). Climate Change Communication Strategies¹. In *Handbook Of Business And Climate Change* (Pp. 231-250). Edward Elgar Publishing.
- Aspek.Id. (2024). Berkontribusi Untuk Pembangunan Berkelanjutan, Pelindo Raih Penghargaan Tjisl & Csr Award 2024. <https://Aspek.Id/Berkontribusi-Untuk-Pembangunan-Berkelanjutan-Pelindo-Raih-Penghargaan-Tjisl-Csr-Award-2024/>
- Bagus Ramadhani Putra Perkasa, B. R. P., & Nur Widyawati, N. W. (2023). Analisis Kerjasama Tim Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Pelindo Marine Service (Doctoral Dissertation, Stia Manajemen Dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya).
- Company Profil Pt Pelindo Marine Service Tbk. (2016).
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Cornelissen, J. P. (2023). *Corporate Communication: A Guide To Theory And Practice*.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating shared value: Redefining capitalism and the role of the corporation in society. *Harvard Business Review*, 97(1), 62-77.
- Danilovic, M., Hensbergen, M., Hoveskog, M., & Zadayannaya, L. (2015). Exploring Diffusion And Dynamics Of Corporate Social Responsibility. *Corporate Social Responsibility And Environmental Management*, 22(3), 129-141.
- Fahad, P., & Rahman, P. M. (2020). Impact Of Corporate Governance On Csr Disclosure. *International Journal Of Disclosure And Governance*, 17(2), 155-167.
- Fung, E. T., Deslia, S., Ruga, S. A., Safira, E., & Jhovianda, J. (2024). Pemaknaan Kebersyukuran Bagi Buruh Angkut Barang Di Pelabuhan Sungai Kunjang Samarinda. *Journal Of Psychology Students*, 3(2), 67-78.
- Kasmawati, D., Kumalasari, A., & Swasanti, I. (2023). Implementasi Program Csr Pertamina Ep Cepu Dalam Pengembangan Bum Desa Di Bojonegoro. *Jian-Jurnal Ilmiah Administrasi Negara*, 7(1), 11-17.
- Firmansyah, K. (2020). Integrasi Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Zakat Maal Pada Perusahaan. *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf*, 1(2), 106-121.
- Husnaini, W., Sasanti, E. E., & Cahyaningtyas, S. R. (2018). Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Reputasi Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 2(2), 1-9.
- Herdiansyah, H., Najwan, J., & Hasan, U. (2022). Article Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Dalam Perspektif Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Dalam Perspektif Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia. *Hangoluan Law Review*, 1(1), 36-68.
- Ipc Marine. (2024, Oktober 12). Penghargaan Untuk Kontribusi Pelindo Pada Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. Ipc Marine. <https://Ipcmarine.Co.Id/Penghargaan-Untuk-Kontribusi-Pelindo-Pada-Tujuan-Pembangunan-Berkelanjutan/>
- Iriantara, Y. (2019). *Humas Pemerintah 4.0*. Media Nusantara, 16(1), 13-26.
- Imran, M. (2022). Peningkatan Reputasi Dan Citra Rumah Sakit Melalui Strategi Humas. *Ikra-Ith Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 6(3), 108-114.
- Kholis, A. (2020). *Corporate Social Responsibility Konsep Dan Implementasi*.
- Kurniawan, A. S., Rahmi, H., Syahputra, K. R. A., & Putri, M. A. (2023). Program Sedekah Jelantah Sebagai Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perusahaan Dalam Mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. *Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial Ekonomi Dan Bisnis Islam (Sosebi)*, 3(1), 56-71.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode penelitian kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Klaudia, S., Parawiyati, P., & Harmono, H. (2022). Implementasi Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jrak: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi*, 13(1), 14-26.
- Krismiaji, K., & Surifah, S. (2020). *Corporate Governance, Compliance Level Of IFRS Disclosure*

- And Value Relevance Of Accounting Information-Indonesian Evidence. *Journal Of International Studies* (2071-8330), 13(2).
- Ma'fulla, A. A., & Rachmawati, I. I. (2024). Literature Review: Analisis Manfaat Penerapan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Citra Perusahaan Pertambangan. *Journal Of Management And Innovation Entrepreneurship*, 1(2), 62-75.
- Meytha, R. (2020). Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance Dalam Meningkatkan Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. X,
- Nasution, N. R. (2016). Analisis Penerapan Good Corporate Governance (Gcg) Dalam Kaitannya Dengan Keefektifan Laba Perusahaan Pada Rs. Gl Tobing Ptpn Ii (Persero) Tanjung Morawa Deli Serdang.
- Nayenggita, G. B., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Praktik Corporate Social Responsibility (Csr) Di Indonesia. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 61-66.
- Nur, N. K., Halim, H., Tumpu, M. M., Gani, I., Setiawan, A. M., Isdyanto, A., & Karamma, R. (2021). Perancangan Pelabuhan Laut.
- Nurhasanah, S., Aprilianti, A., & Kasmawati, K. (2022). Good Corporate Governance (Gcg) Principles In Persero. *International Journal Of Multicultural And Multireligious Understanding*, 9(10), 91-101.
- Nurjanah, A., Mutiarin, D., Rasyid, E., & Apriliani, R. (2023). Communication Strategy Pertamina Green Csr Program To Supporting Sustainable Development Goals (Sdgs). *Jurnal Aspikom*, 8(2), 333-342.
- Pelindo Marine. (2024, Oktober 11). Pelindo Marine Hattrick 3 Penghargaan Pada Public Relations Indonesia Awards (Pria) 2024. Pelindo Marine. <https://Pelindomarine.Com/Company/Readnews/583>
- Peruri. (2021). Program Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan. <https://Www.Peruri.Co.Id/Tjsl/Program-Tjsl>
- Pr Indonesia. (2024, Oktober 11). Daftar Lengkap Pemenang Pria 2024. Pr Indonesia. <https://M.Prindonesia.Co/Detail/3785/Daftar-Lengkap-Pemenang-Pria-2024>
- Pt Pelindo Marine Service. (2022). Annual Report 2022.
- Putri, A. D., & Surifah, S. (2022). Pengaruh Leverage Dan Good Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Sustainability Report (Studi Empiris Pada Bumn Periode 2016-2020). *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 22-34.
- Rusandi & Rusli, M. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif Dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48-60.
- Salsabila, L., Sianturi, S., & Sadayi, D. P. (2022). Collaborative Governance Dalam Pengentasan Kemiskinan Di Kabupaten Kulon Progo. *Dialektika Publik*, 6(1), 28-34.
- Salsabila, A. (2023). 4 Perusahaan Bumn Di Indonesia Pernah Kolaborasi Csr Dengan Lindungihutan. *Lindungihutan*. Diakses Pada Februari 2025, Dari <https://Lindungihutan.Com/Blog/Program-Csr-Perusahaan-Bumn-Indonesia/>
- Septiani, R. (2018). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Good Corporate Governance Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Subsektor Batubara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia).
- Surifah, & Ifah, R. (2020). Corporate governance badan usaha milik negara (Edisi ke-2). Graha Aksara Makassar
- Santoso, B. (2022). Criticism On The Legislative Approach To Fostering Csr In Indonesia. *J. Legal Ethical & Regul. Issues*, 25, 1.
- Wirba, A. V. (2024). Corporate Social Responsibility (Csr): The Role Of Government In Promoting Csr. *Journal Of The Knowledge Economy*, 15(2), 7428-7454.
- Sipahutar, N. Y. P., Wismayanti, Y. F., Saksono, H., Putra, I. R. A. S., Ahad, M. P. Y., Suhendra, A., ... & Simandjorang, B. M. T. V. (2022, December). Corporate Social Responsibility Forum: Private Sector Participation Strategy In Equitable Development Of The Regional Government Of Muara Enim. In *International Conference On Sustainable Innovation On Humanities*,

- Education, And Social Sciences (Icosi-Hess 2022) (Pp. 518-529). Atlantis Press.
- Surabaya Inews. (2024, Oktober 12). Berkontribusi Untuk Pembangunan Berkelanjutan, Pelindo Sabet Penghargaan Tjssl And Csr Award 2024. Surabaya Inews. <https://Surabaya.Inews.Id/Read/476300/Berkontribusi-Untuk-Pembangunan-Berkelanjutan-Pelindo-Sabet-Penghargaan-Tjssl-And-Csr-Award-2024>
- Surifah, S., & Rofiqoh, I. (2020). Corporate Governance Badan Usaha Milik Negara.
- Tracy, S. J. (2024). Qualitative Research Methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact. John Wiley & Sons.
- Yanarid, A. (2024). Implementasi Good Corporate Governance dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan di Pasar Global. Jurnal Manajemen Strategis, 15(2), 45-60.
- Zulfikri, M., Hadi, S., & Fadli, M. N. (2023). Sistem Penegakan Speed Bump Berdasarkan Kecepatan Kendaraan Pada Malam Hari Yang Diklasifikasikan Haar Cascade Classifier. Journal Of Millenial Informatics, 1(1), 01-10