



Implementasi Program Corporate Social Responsibility PT. Pertamina Terhadap Pemulihan Bisnis UMKM Binaan Akibat Pandemi Covid-19

Implementation of Corporate Social Responsibility PT. Pertamina in the Recovery of Fostered SME Businesses Due to the Covid-19 Pandemic

Bharata Dharmacahya^{1✉}, Dwiningtyas Padmaningrum¹, Agung Wibowo¹

¹ Program Studi Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret

INFO ARTIKEL	ABSTRACT
<p>Diterima 29 Jan 2022 Direvisi 07 Jan 2022 Diterbitkan 28 Apr 2022</p> <p>e-ISSN 2747-2264 p-ISSN 2746-4628</p>	<p><i>The pandemic of Covid-19 has become a problem for SMEs in Indonesia. SMEs experience a shortage of labor which causes people to lose income. PT Pertamina through Corporate Social Responsibility offers assistance by tackling the problems faced by SME actors during the pandemic by running partnership and community development program. The goal is to help SMEs to be able to survive and develop their businesses in pandemic situation. This study aims to determine the form, the stages and the performance of PT. Pertamina CSR implementation in the process of recovering the SME businesses caused by the pandemic. The basic research method uses a qualitative descriptive method. The location and informant selection was carried out purposively. Research data obtained from observation, interviews and documentation. The validity of the research using the method and source triangulation technique. The results of the study found that the form of the CSR program implemented by PT. Pertamina from before the pandemic until now has not experienced any changes, namely community development. CSR implementation by PT. Pertamina didn't find any changes from before and during this pandemic, but what has been done in this pandemic situation is adjustment of activities. The adjustments are intensively carried out by PT. Pertamina in this pandemic is to encourage the digitization of MSMEs. CSR Implementation of PT. Pertamina is carried out in four stages, starting from planning, implementation, evaluation and reporting. CSR Performance of PT. Pertamina during the pandemic can be seen through eight CSR performance indicators, namely leadership, aid proportion, transparency and accountability, area coverage, planning and evaluation, stakeholder involvement sustainability and outcome.</i></p>
<p>Keywords: CSR, SME, Pandemic, Pertamina</p>	

✉ Penulis Koresponden :

E-mail : raya.cahya020798@student.uns.ac.id

	ABSTRAK
<p>Kata Kunci:</p> <p>CSR, UMKM, Pandemi, Pertamina</p>	<p><i>Pandemi Covid-19 telah menjadi masalah bagi UMKM di Indonesia. UMKM mengalami kekurangan tenaga kerja dan menyebabkan masyarakat kehilangan pendapatan. PT Pertamina melalui Corporate Social Responsibility menawarkan bantuan terhadap masalah yang dihadapi pelaku UMKM selama pandemi dengan menjalankan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, Tujuannya membantu UMKM yang terdampak untuk mampu bertahan dan tetap mengembangkan usahanya dalam situasi pandemi. Penelitian ini bertujuan mengetahui bentuk pelaksanaan, tahapan implementasi dan kinerja CSR PT. Pertamina dalam pemulihan bisnis UMKM binaan akibat pandemi Covid-19. Metode dasar penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pemilihan lokasi dan informan dilakukan secara purposif. Data penelitian diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Uji validitas penelitian menggunakan teknik triangulasi metode dan sumber. Metode analisis penelitian menggunakan analisis interaktif dari Miles dan Huberman. Hasil penelitian ditemukan bahwa bentuk program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Pertamina dari sebelum pandemi hingga saat ini tidak mengalami perubahan, yakni community development atau pengembangan masyarakat. Implementasi CSR yang dilakukan PT. Pertamina tidak ditemukan adanya perubahan dari sebelum dan saat pandemi ini namun yang dilakukan dalam situasi pandemi ini yaitu penyesuaian kegiatan. Penyesuaian yang gencar dilakukan oleh PT. Pertamina di era pandemi Covid-19 ini yaitu mendorong digitalisasi UMKM para mitra binaan. Implementasi CSR PT. Pertamina dilakukan dalam empat tahapan yaitu mulai dari perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pelaporan. Kinerja CSR PT. Pertamina di masa pandemi dalam pemulihan bisnis UKM mitra binaan akibat pandemi dapat dilihat melalui delapan indikator kinerja CSR yaitu kepemimpinan, proporsi bantuan, transparansi dan akuntabilitas, cakupan wilayah, mekanisme perencanaan dan evaluasi, pelibatan stakeholder, keberlanjutan dan hasil nyata.</i></p> <p>© 2022, PS Penyuluhan Pertanian UNEJ</p>

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah menjadi masalah global dunia termasuk di Indonesia. Pandemi yang semula merupakan bencana kesehatan telah berkembang menjadi bencana ekonomi. Menurut sumber data WHO, sampai dengan tanggal 9 Desember 2021, pasien terinfeksi Covid-19 dari 216 negara mencapai 267.184.623 orang dan jumlah pasien meninggal karena terinfeksi 5.277.327 jiwa. Menurut data Komite Penanganan Covid-19 & Pemulihan Ekonomi Nasional, sampai dengan tanggal 9 Desember 2021, pasien terinfeksi Covid-19 di Indonesia mencapai 4.258.560 orang dan jumlah pasien meninggal karena terinfeksi mencapai 143.077 jiwa. Dampak ekonomi akibat pandemi Covid-19 juga sangat dirasakan sektor UMKM (Amri, 2020). Pandemi Covid-19 mengakibatkan banyak UMKM mengalami kekurangan tenaga kerja karena adanya pemberlakuan pembatasan sosial dan berkurangnya permintaan akan barang dan jasa yang berdampak pada UMKM tidak dapat berfungsi optimal dan menyebabkan masyarakat kehilangan pendapatan (Febrantara, 2020).

PT Pertamina (Persero) sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara besar di Indonesia yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* melakukan tanggung

jawab sosial sebagai salah satu bentuk komitmen kepedulian perusahaan terhadap pemberdayaan lingkungan masyarakat dan UMKM binaan, terutama yang aktivitas usahanya terdampak pandemi Covid-19 di Indonesia. *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu aspek penting dalam membangun kepedulian dengan lingkungan disekitarnya agar kegiatan operasional perusahaan tetap berkelanjutan. *Corporate Social Responsibility* diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia (UU RI) Nomor 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas (PT) dan UU RI Nomor 25 Tahun 2007 mengenai UU Perseroan Terbatas. Melalui *Corporate Social Responsibility* setiap perusahaan melaksanakan kontribusinya dalam bentuk pengembangan masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan. Lewat CSR inilah, PT. Pertamina menawarkan bantuan dalam menanggulangi masalah yang dihadapi pelaku UMKM selama pandemi melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, sebagaimana yang diatur dalam Permen-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan. PKBL sebagai pengelola mitra binaan PT. Pertamina yang didominasi dari UMKM, fungsi ini memberikan dana maupun pendampingan untuk memberikan nilai lebih dari mitra binaannya.

Kondisi ini menuntut perusahaan merancang program CSR yang adaptif dan inovatif guna merespon kebutuhan masyarakat. PT. Pertamina berkomitmen mendesain program untuk bisa diterapkan secara berkelanjutan dalam melaksanakan aktivitas CSR. Program pemberdayaan masyarakat melalui pembinaan UMKM yang dilaksanakan harus terus berjalan kendati tidak mendapatkan lagi pendampingan secara langsung. Program kemitraan sebagai implementasi CSR yang diprioritaskan PT. Pertamina melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan harus mampu menyesuaikan tiap kegiatannya dengan kebutuhan UMKM yang kesulitan akibat pandemi. Perubahan aktivitas CSR yang terjadi merupakan *redesign* program CSR yang dibutuhkan untuk mampu mengadaptasi program CSR yang sedang dilakukan untuk dimodifikasi sesuai kondisi dan kebutuhan pandemi. Diantaranya yaitu perubahan status prioritas program, upaya penanggulangan dampak pandemi baik jangka pendek maupun jangka panjang, serta aspek edukasi dan pembelajaran bagi pemberdayaan masyarakat. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui bentuk pelaksanaan, proses implementasi dan kinerja CSR PT. Pertamina dalam pemulihan bisnis UMKM binaan akibat pandemi Covid-19.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kualitatif. Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah PT. Pertamina (Persero), Jakarta Pusat. Pertimbangan penentuan lokasi penelitian di PT. Pertamina (Persero), Jakarta Pusat yaitu dikarenakan PT. Pertamina (Persero) merupakan salah satu perusahaan yang mengimplementasikan program CSR-nya dalam rangka pemulihan bisnis UMKM binaan yang saat ini terdampak pandemi Covid-19.

Pemilihan informan pada penelitian kualitatif sepenuhnya ditentukan oleh peneliti, sehingga Patton (2002) menyebutnya dengan *purposeful sampling*, yaitu memilih kasus yang informatif (*information-rich cases*) berdasarkan strategi dan tujuan yang telah ditetapkan peneliti, yang jumlahnya tergantung pada tujuan dan sumberdaya studi. Informan kunci dalam penelitian ini berjumlah dua informan

yaitu Jr. Officer II CSR PT. Pertamina dan VP CSR & SMEPP PT. Pertamina. Informan utama dalam penelitian ini berjumlah satu informan dari Senior Officer 1 SMEPP dan tiga informan yang merupakan Mitra Binaan Pertamina di Jakarta yang merupakan peserta dari kegiatan program kemitraan Pertamina selama pandemi.

Jenis sumber data pada penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara yang diperoleh dari narasumber atau informan yang dianggap sangat berpotensi dalam memberikan informasi yang relevan dan sebenarnya di lapangan. Data sekunder diambil untuk menjunjung tinggi data primer dengan studi pustaka dan dokumentasi yang terkait. Data sekunder diperoleh dari beberapa media dan bersifat melengkapi data primer seperti buku, literatur, ataupun artikel serta instansi/lembaga yang terkait dengan strategi PT. Pertamina dalam implementasi program CSR.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Peneliti mengamati bagaimana strategi PT. Pertamina dalam implementasi program CSR terhadap pemulihan bisnis UMKM akibat pandemi Covid-19. Peneliti menggunakan teknik wawancara dalam pengumpulan data dengan bertanya secara langsung kepada narasumber dengan menggunakan panduan wawancara yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang relevan. Data primer diperoleh dari wawancara secara mendalam (*in-depth interview*) dengan informan berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disiapkan yang relevan mengenai penelitian yang akan diteliti. Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus. Dalam pelaksanaan metode dokumentasi sumber-sumber informasi khusus tersebut berupa karangan/tulisan, buku, jurnal, dokumen dan sebagainya yang relevan dengan penelitian.

Sugiyono (2009) menyatakan bahwa validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Data yang *valid* adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Teknik Triangulasi yang digunakan dalam uji validitas penelitian mengenai strategi PT. Pertamina dalam implementasi program CSR terhadap pemulihan bisnis UMKM yang terdampak pandemi Covid-19 yaitu triangulasi metode dan triangulasi sumber data.

Penulis menggunakan analisis interaktif dari Miles dan Huberman (2009) yang di dalamnya terdapat empat komponen pokok yang dilakukan sebagai acuan prosedur dalam pelaksanaan penelitian. Pengumpulan Data, merupakan proses awal bagi Peneliti dalam mendapatkan setiap data yang diperlukan. Reduksi Data, merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan dan abstraksi data (kasar) yang ada dalam *files note*. Reduksi data bertujuan untuk mempermudah pemahaman terhadap data yang telah terkumpul sehingga data yang direduksi memberikan gambaran lebih rinci. Sajian Data, merupakan rakitan informasi yang memungkinkan kesimpulan deskripsi berbentuk narasi yang memungkinkan simpulan peneliti dilakukan. Penyajian data selanjutnya disusun dalam bentuk uraian atau laporan sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh. Penarikan Kesimpulan, merupakan tahap akhir dalam proses penelitian berupa kesimpulan dari hasil pendeskripsian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Program CSR PT. Pertamina (Persero)

Kesadaran mengenai kebutuhan implementasi CSR telah menjadi *trend* global. Banyak model dan pola implementasi CSR yang berkembang dan diimplementasikan oleh perusahaan-perusahaan dalam dan luar negeri, ada yang berbasis karitatif (*charity*), CSR berbasis kedermawanan (*philanthropy*) ada pula yang berbasis pengembangan masyarakat (*community development*). Bentuk program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Pertamina, yakni *community development* atau pengembangan masyarakat. PT. Pertamina konsisten melaksanakan CSR melalui pengembangan masyarakat dari waktu ke waktu dikarenakan bentuk CSR *community development* ini mampu memberikan pemberdayaan (*empowerment*) dalam menghasilkan pembangunan yang dapat bertumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) bagi masyarakat sekitar wilayah operasi dan untuk mitra binaan Pertamina sendiri. Pertamina diharapkan dapat membangun sosial ekonomi masyarakat sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Pertamina membentuk fungsi *Community Development Officer* (CDO) untuk membina relasi, melibatkan masyarakat dalam berbagai kegiatan, serta menjalankan mekanisme pengaduan. Fungsi ini diperlukan agar pelaksanaan TJSJ bidang pengembangan masyarakat dapat terlaksana dengan baik. Pertamina melalui CDO serta pemerintah lokal, berperan aktif dalam pengembangan sosial masyarakat setempat. Pelaksanaan harian TSJL bidang pengembangan masyarakat, ditangani oleh Vice President CSR and SMEPP Pertamina Tugas ini dijalankan Pertamina antara lain melalui program tanggung jawab sosial di bidang pengembangan masyarakat yang dibedakan menjadi tiga kegiatan yaitu hubungan masyarakat, pengabdian masyarakat dan pemberdayaan masyarakat.

a) *Community Relations*

Kegiatan tanggungjawab sosial *community relation* ini banyak diarahkan pada kegiatan *charity* dan kegiatan sosial lain yang bersifat insidental. Contohnya seperti bantuan bencana alam, bantuan sembako dan sejenisnya. PT. Pertamina menggandeng Dinas Sosial untuk memberikan bantuan santunan pendidikan kepada anak-anak yatim yang ditinggal keluarganya karena terkena COVID-19 di Sulawesi. Kegiatan santunan pendidikan ini diberikan secara simbolis di Kantor Pertamina Sales Area Sulutgo Manado pada bulan November 2021. Perwakilan Pertamina juga mengunjungi salah satu rumah anak yatim/piatu di daerah Kecamatan Tikala, Kota Manado. Kegiatan bakti sosial santunan ini difokuskan pada anak-anak yatim/piatu yang orang tuanya meninggal akibat Covid-19. Program-program CSR ini diharapkan dapat memberikan motivasi kepada anak-anak untuk tetap semangat menjalani hidup. Pertamina sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) konsisten mendorong praktik ESG (*Environment, Social and Governance*) dan SDGs (*Sustainability Development Goals* / Tujuan Pembangunan Berkelanjutan) melihat pentingnya untuk terlibat dan mengambil peran aktif dalam penanggulangan Covid-19 di Indonesia, termasuk mendukung anak-anak yang turut terdampak pandemi.

b) *Community Service*

Community service yaitu implementasi tanggungjawab sosial yang menitikberatkan pada pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan masyarakat atau kepentingan umum tanpa mengharapkan imbalan apapun dari masyarakat. Kegiatan ini dilakukan melalui aktivitas pengabdian masyarakat. Aktivitas pengabdian masyarakat PT. Pertamina dilaksanakan melalui Program Pertamina Berdikari dengan merancang program desa binaan. Program Desa Binaan Pertamina dalam hal ini memanfaatkan potensi unggulan desa yang terintegrasi di bidang pertanian, perkebunan, peternakan dan lain-lain. PT. Pertamina memiliki empat program unggulan desa binaan Pertamina yaitu sentra

pemberdayaan tani, kawasan ekonomi masyarakat, desa wisata dan desa tanggap darurat. Di tahun 2019, Pertamina mengelola sebanyak 62 desa binaan di seluruh Indonesia dan terdapat 2.255 penerima manfaat dari program ini.

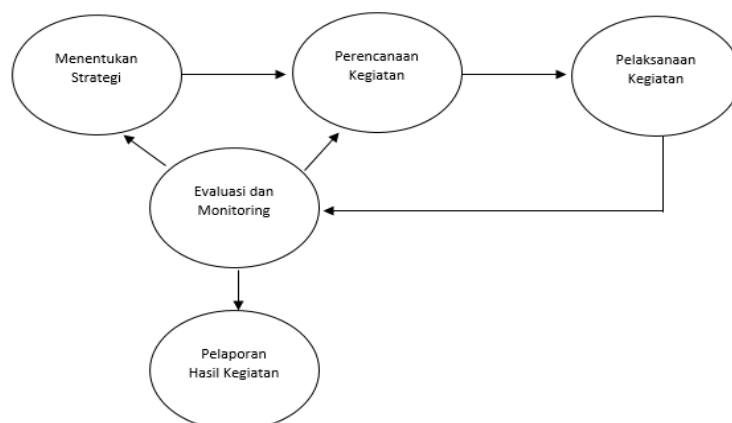
c) *Community Empowering*

Community empowering merupakan pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan yang memberikan akses lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya. Kegiatan ini mendudukan masyarakat sebagai mitra, dan memberikan penguatan. Salah satu bentuk aktivitas dari *community empowering* itu sendiri yaitu program kemitraan terhadap UKM. Program kemitraan ditujukan untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil mitra binaan Pertamina agar menjadi tangguh dan mandiri sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar wilayah operasi Pertamina. Program kemitraan Pertamina ini memberi pendampingan, pembinaan, pelatihan yang terarah serta pemberian fasilitas promosi dan pengembangan pasar dalam ajang pameran. Program kemitraan Pertamina di masa pandemi ini diwujudkan dalam program seperti pelatihan secara *online* melalui sosial media ataupun situs resmi Pertamina. Beberapa program pelatihan online tersebut dapat diikuti melalui webinar dan *talk show* dalam program Pertamina UMK Akademi ataupun dapat mengunjungi situs *e-learning* yang sudah di sediakan oleh Pertamina.

Implementasi CSR PT. Pertamina (Persero)

1. Tahap Perencanaan Program

Berhasil tidaknya sebuah implementasi program sangat tergantung bagaimana perencanaan itu dilakukan dengan baik dan pada dasarnya setiap kegiatan memerlukan sebuah perencanaan. Tiap unit di daerah diberi kewenangan untuk menentukan jenis program atau kegiatan yang akan diadakan oleh PT. Pertamina unit di daerah, hal ini tergantung dari kebutuhan masyarakat setempat sekitar wilayah operasi perusahaan setelah dilakukan survey. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, perencanaan yang dilakukan untuk program kemitraan dan bina lingkungan PT. Pertamina terlaksana sesuai dengan yang diungkapkan oleh Wibisono (2007) bahwa dalam tahap perencanaan terdapat tiga langkah utama, yaitu: a) *Awareness building*, merupakan langkah awal untuk membangun kesadaran mengenai arti penting CSR dan komitmen manajemen melalui seminar, lokakarya, diskusi kelompok, dan lain-lain; b) *CSR assessment*, merupakan upaya untuk memetakan kondisi perusahaan dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapatkan prioritas perhatian yang tepat; c) *CSR manual building*, hasil *assessment* merupakan dasar untuk menyusun manual atau pedoman implementasi CSR. Berdasarkan tiga langkah utama dalam tahap perencanaan, maka pembahasan hasil penelitian berkaitan dengan tahap perencanaan ini, akan diuraikan berturut-turut sebagai berikut:



Gambar 1. Alur Tahapan Implementasi CSR

a. *Awareness Building*

Membangun kesadaran Pertamina dan mitra binaannya akan pentingnya tanggung jawab sosial lingkungan dan program kemitraan di masa pandemi ini sangat dibutuhkan. Berbagai media telah dimanfaatkan Pertamina untuk melakukan pendekatan kepada mitra binaan seperti membuat *WhatsApp Group* mitra binaan. Cara ini cukup efektif dalam mengkomunikasikan seluruh program Pertamina terkait pembinaan UMKM mitra binaannya. Pertamina melalui para *person in charge* (PIC) mitra binaan di tiap region melakukan survei atau *social mapping* secara berkala, datang menggunakan protokol kesehatan memantau langsung dengan mengunjungi langsung mitra binaannya agar dapat melihat dan berdiskusi mengenai kondisi perkembangan UMKM mitra binaannya seperti yang dikatakan dalam hasil wawancara dengan ZS selaku *Jr. Officer II CSR* Pertamina mengatakan bahwa:

“Iyaa, dalam mempersiapkan kegiatan CSR kita melakukan survei sebelum pelaksanaan program. Sebelumnya, kita akan lakukan social mapping untuk mengetahui permasalahan maupun kondisi yang terjadi di masyarakat.” (ZS; 09/08/2021)

Kegiatan *social mapping* dalam perencanaan CSR perlu dilakukan. Pertamina harus memahami karakteristik mitra binaannya yang akan atau sedang dibina. Pertamina juga harus mengetahui kemampuan, permasalahan, dan kebutuhan mitra binaannya dalam situasi pandemi *COVID-19* ini. Hasil dari kegiatan *social mapping* tadi yang dilakukan oleh PIC Pertamina di tiap region akan dilaporkan ke pusat dan digunakan sebagai dasar penentuan program yang tepat guna.

b. *CSR Assessment*

Hasil kegiatan *social mapping* yang sudah terkumpul kan oleh PIC Pertamina di tiap-tiap region akan dibuatkan materi pelaporan yang akan di diskusikan pada rapat Agenda Jum'at an Rapat Koordinasi Pelaporan dan Perencanaan CSR *Small Medium Enterprise Partnership Program* (SMEPP) Management. Agenda rapat koordinasi CSR SMEPP Management dilaksanakan secara daring melalui aplikasi Microsoft teams. Pembahasan dalam agenda rapat koordinasi ini di pimpin oleh Manager SMEPP Pertamina. Agenda rapat koordinasi ini dilaksanakan setiap Jumat Pukul 13.00 WIB dan dihadiri oleh seluruh Divisi CSR dan SMEPP Pertamina. Dalam agenda tersebut, membahas laporan yang diterima dari tiap PIC region mengenai persoalan yang menjadi kendala atau sering muncul sehingga menjadi penghambat perkembangan program kemitraan bina lingkungan dan penghambat mitra binaan Pertamina sendiri. Berdasarkan hasil wawancara dengan ZS selaku *Jr. Officer II CSR* Pertamina mengatakan bahwa:

“Dari hasil social mapping tersebut, akan diketahui apa saja kebutuhan masyarakat yang perlu dikembangkan. Selanjutnya, akan dilakukan focus group discussion dengan berbagai stakeholder dalam menentukan program yang tepat dan penyusunan rencana kerja yang berkelanjutan” (ZS; 09/08/2021)

c. *CSR Manual Building*

Hasil dari pelaporan kegiatan *social mapping* dari PIC di tiap region dan juga hasil diskusi pada agenda rapat koordinasi CSR SMEPP Management dilanjutkan dengan menyusun program kemitraan untuk seluruh mitra binaan Pertamina. Penyusunan program kemitraan didasarkan pada masalah yang dihadapi mitra binaannya khususnya selama pandemi berlangsung. Salah satu masalah yang dihadapi mitra binaan Pertamina yaitu kegiatan expo pameran produk UMKM yang selama pandemi ditiadakan. Maka dari itu Pertamina meluncurkan kegiatan virtual expo *exhibition* mandiri sebagai solusi untuk masalah UMKM mitra binaan Pertamina. Penyusunan program dilakukan dengan pembuatan *timeline* dan parameter naik kelas untuk kegiatan pembinaan. Kegiatan pembinaan yang akan dilakukan diantaranya seperti SMEXPO 2021 dan UMK Akademi. Hal ini sesuai

dengan hasil wawancara dengan ZS selaku *Jr. Officer* II CSR Pertamina yang mengatakan bahwa:

“Nanti kalau sudah didapat permasalahannya apa kondisinya bagaimana, kita melakukan beberapa pertimbangan seperti siapa sasaran penerima manfaat, apa dampak program terhadap penerima manfaat, bagaimana keberlanjutan program, gimana kolaborasi stakeholder, dan sebagainya”. (ZS; 09/08/2021)

Dalam penyusunan program pembinaan, hal-hal yang diperhatikan meliputi waktu dan tempat pelaksanaan mulai dari *pre-event* sampai penutupan. Penyusunan program juga memperhatikan siapa saja pihak eksternal yang terlibat kolaborasi dengan program ini dan siapa saja mitra binaan yang akan mengikuti program ini dan bagaimana dengan mitra binaan yang tidak bisa mengikuti kegiatan ini. Pertamina juga menyusun program *rescheduling* khusus untuk mitra binaan Pertamina yang mengalami permasalahan kesulitan finansial dan ekonomi sehingga tidak mampu mengembalikan pinjaman modal sesuai dengan kontrak pinjaman dengan Pertamina. Pembahasan program *rescheduling* melibatkan fungsi CSR, SMEPP, fungsi legal dan internal audit Pertamina.

2. Tahap Pelaksanaan Program

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, perencanaan yang dilakukan untuk program kemitraan dan bina lingkungan PT. Pertamina terlaksana sesuai dengan yang diungkapkan oleh Wibisono (2007) bahwa dalam memulai aktivitas CSR, pada dasarnya ada tiga pertanyaan yang mesti dijawab, yakni siapa orang yang menjalankan, apa yang mesti dilakukan, dan bagaimana cara melakukan sekaligus alat apa yang diperlukan. PT. Pertamina dalam implementasinya, inisiatif dilakukan secara strategis sesuai karakteristik dan kebutuhan masyarakat, berdasarkan pemetaan sosial dan dilakukan oleh anak perusahaan serta unit bisnis Pertamina di berbagai wilayah operasi. Program kemitraan yang dilaksanakan Pertamina dalam masa pandemi ini antara lain yaitu Pertamina SMEXPO, Pertamina UMK Akademi, Ruang Belajar UMKM, dan *Rescheduling*.

a. Pertamina SMEXPO

Salah satu program kemitraan yang digencarkan PT. Pertamina yaitu program Pertamina SMEXPO. Program Pertamina SMEXPO diciptakan sebagai bentuk kepedulian Pertamina terhadap mitra binaannya tak terkecuali dalam situasi pandemi Covid-19. Semenjak pandemi *covid-19* menyebar masuk Indonesia, banyak kegiatan UMKM Mitra binaan Pertamina yang tidak bisa dilakukan akibat pengetatan peraturan prosedur kesehatan dari pemerintah. Salah satunya yaitu kegiatan expo pameran dan pelatihan di tempat secara langsung atau *offline*. Berdasarkan hasil wawancara oleh NR selaku *Senior Officer* 1 SMEPP Pertamina, mengatakan bahwa:

“SMEXPO itu program terobosan Pertamina. Itu kayak bazaar dan pameran untuk teman-teman UMKM yang jadi mitra binaannya Pertamina. Tahun lalu acaranya dilakukan secara digital. Lalu disitu ada marketplace dimana orang-orang bisa belanja produk UMKM mitra binaannya Pertamina, semacam e-commerce kecil”. (NR;30/09/2021)

Program Pertamina SMEXPO ini merupakan program adaptasi yang dilakukan Pertamina dalam situasi pandemi ini yang bertujuan untuk rangka pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM) yang telah bergabung sebagai mitra binaan Pertamina sebagai ajang pameran produk UMKM mitra binaan secara virtual dan dapat memasarkan produk dan layanannya melalui fitur *e-commerce* serta meningkatkan wawasannya melalui berbagai program pelatihan/*workshop*. Target dari kegiatan SMEXPO ini yaitu target pengunjung *marketplace* ini adalah 800.000

visitors dalam satu tahun *Online training* diikuti sampai dengan 1000 UMKM, sebagai salah satu upaya UMKM naik kelas Target penjualan/ transaksi dari *marketplace* mitra binaan adalah Rp. 7,5 Milyar. Peningkatan kompetensi UMK, peningkatan motivasi UMK untuk dapat *survive* pada masa pandemi, perluasan pasar UMK dengan banyaknya pengunjung SMEXPO 2021, dengan target pengunjung 10.000 *visitor* per hari dan dapat diikuti/ diakses oleh negara asing, Program ini pertama kali dilaksanakan pada 9 – 11 September tahun 2020 dan di tahun 2021 program Pertamina SMEXPO hadir untuk yang kedua kalinya tepatnya pada tanggal 12 – 17 Oktober 2021. Program Pertamina SMEXPO dilaksanakan secara daring melalui YouTube Pertamina dan website <https://smexpo.pertamina.com>. Kegiatan *pre-event* SMEXPO dilaksanakan secara *online* melalui radio, YouTube, dan aplikasi zoom *meeting* dengan total jumlah partisipan mencapai 2361 orang. Berdasarkan hasil wawancara oleh NR selaku *Senior Officer* 1 SMEPP Pertamina, beliau menambahkan:

“SMEXPO itu modelnya kaya virtual exhibition, ada website ada alamat website smexpo nya nanti di alamat website itu kita diberi tampilan 3D dari animasi booth booth pameran yang nanti kalau kita klik kita bisa seolah olah virtual tour. Kalau kita klik dua kali di booth pamerannya kita bisa masuk ke halaman ecommerce UMKM itu. Nanti kita bisa belanja atau browsing browsing atau kita bisa chat”.
(NR;30/09/2021)

a. Pertamina UMK Akademi

Program Pertamina UMK Akademi bertujuan memberi pelatihan, pendampingan, pengawasan dan bimbingan untuk UMK mitra binaan agar mempunyai bekal penyesuaian yang baik di setiap tantangan zaman seperti sekarang ini. Setiap mitra binaan yang menjadi peserta program ini diharapkan mampu menyesuaikan kegiatan usahanya dengan era digitalisasi yang serba *online* seperti halnya pada situasi pandemi Covid-19 saat ini, banyak kegiatan yang terhambat bahkan tidak bisa dilakukan secara bertemu langsung atau *offline* tidak terkecuali kegiatan pembinaan UMK mitra binaan Pertamina. Kegiatan ini hadir untuk memudahkan mitra binaan Pertamina dalam mengembangkan usahanya meski kegiatan pembinaan dilakukan secara virtual atau tidak secara tatap muka. Kegiatan ini bertujuan agar setiap mitra binaan Pertamina nantinya mampu menembus pasar global secara digital dalam situasi normal maupun pandemi.

Kegiatan program Pertamina UMK Akademi 2021 dilaksanakan selama tujuh bulan. Fungsi CSR dan SMEPP Pertamina selaku pelaksana bertanggung jawab langsung pada kegiatan program ini. Program tersebut dimulai dari 23 juni 2021 sampai dengan bulan desember 2021 dengan rangkaian acara mulai dari pembekalan online, pelatihan dan pengawasan online. Pertamina juga menggunakan media *WhatsApp group* dan Instagram sebagai alat bantu untuk sounding program melalui *flyer* yang disebar. Program Pertamina UMK Akademi juga dilaksanakan secara *online* melalui aplikasi zoom *meeting*. Tiap mitra binaan yang mengikuti program tersebut akan di bimbing selama tujuh bulan dengan tujuan ketika selesai nanti UMKM mitra binaan Pertamina tersebut mampu naik kelas hingga pasar global. Tujuan dari program ini diantaranya yaitu pembinaan bagi mitra binaan yang benar-benar sudah siap mengisi pasar Nasional dan/atau dunia melalui kegiatan ekspor. Tujuan lainnya yaitu pelatihan pembuatan website, *listing* di situs *e-commerce*, pelatihan *marketing* dan motivasi agar bisa tumbuh dan menginspirasi UMK lainnya. Kegiatan selanjutnya yaitu pelatihan implementasi aplikasi digital, sosial media dan otomatisasi produk serta standarisasi produk, pelatihan pengelolaan branding, serta penggunaan teknologi tepat guna.

b. Ruang Belajar UMKM

Pertamina menyediakan sarana berupa *E-Platform* untuk UMKM sebagai fasilitas pembelajaran yang dikhususkan untuk mitra binaan Pertamina yang dapat diakses melalui situs www.belajarumkm-pertamina.com. Belajar UMKM Pertamina adalah *platform* pembelajaran *online* bagi mitra binaan UMKM Pertamina untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuan untuk kemajuan masing-masing usaha. Program Belajar UMKM ini mempunyai kurikulum tertentu yang harus kita ikuti. Tidak hanya sekedar belajar mendengarkan materi di kelas secara *online*, program ini juga melaksanakan kegiatan *pre-test* dan *post-test* dalam setiap sesi materinya. Materi pembelajaran yang disediakan di website ini mudah untuk dicari dan tingkat kursusnya terbagi menjadi tiga kategori mulai dari pemula, menengah, dan ahli.

Program ini bertujuan memberikan edukasi seputar bisnis UMK mulai dari pengenalan produk, tata cara pemasaran, pembukuan laporan keuangan, tutorial penjualan melalui sosial media, dasar-dasar pemasaran dan masih banyak lagi. Mitra binaan Pertamina bisa belajar dengan memilih salah satu dari dua metode yaitu video interaktif dan slide materi. Kelemahannya dari *platform* ini untuk saat ini jumlah materi yang tersedia belum untuk semua tingkat kursus. Materi yang tersedia dalam *platform* ini baru ada di tingkat kursus pemula saja. Program ini pertama kali dilaksanakan pada awal tahun 2021. Program ini sudah berlangsung selama sepuluh bulan dan masih berjalan sampai sekarang.

c. Program Pendanaan UMK (PUMK)

Program pendanaan UMK adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri. Program pendanaan UMK juga telah dilaksanakan setiap tahunnya oleh Pertamina. Melalui Program Pendanaan UMK, Pertamina melakukan pendampingan dan pembinaan kepada para pelaku UMKM dalam menjawab tantangan utama pengembangan usaha UMKM dalam hal peningkatan kompetensi, peningkatan akses pemasaran dan kemudahan akses permodalan dengan program terarah untuk menghasilkan UMKM naik kelas. Selama pandemi Covid-19 berlangsung, salah satu bentuk pembinaan program PUMK yaitu melalui kegiatan *rescheduling*. *Rescheduling* merupakan program strategi pemulihan piutang, khususnya pada mitra binaan usahanya macet akibat pandemi Covid-19. Pembahasan tentang upaya strategi penanganan pinjaman macet yang dilaksanakan dengan pendekatan pembinaan yang sejalan dengan UU No. 19 tahun 2003 tentang BUMN, bahwa BUMN turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan lemah, koperasi, dan masyarakat.

3. Tahap Evaluasi Program

Kegiatan evaluasi yang dilakukan Pertamina sesuai dengan yang di katakan oleh Wibisono (2007) yaitu setelah program CSR diimplementasikan, langkah-langkah berikutnya adalah evaluasi program, tahap ini perlu dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu untuk mengukur sejauh mana efektivitas pelaksanaan program. Kegiatan evaluasi program kemitraan CSR SMEPP Pertamina dilaksanakan dalam agenda rakor mingguan, mulai dari membahas penyaluran dana pinjaman, pemulihan piutang, kegiatan SMEXPO dan lain sebagainya. Rakor mingguan CSR SMEPP dilakukan secara *online* melalui aplikasi Microsoft Teams pada hari jumat yang di pimpin oleh VP manajer CSR SMEPP Pertamina. Kegiatan evaluasi program kemitraan ini diikuti oleh seluruh divisi CSR dan SMEPP Pertamina serta divisi lainnya seperti divisi IT dan media komunikasi.

a. SMEXPO

Kegiatan Pertamina SMEXPO 2020 merupakan kegiatan expo virtual pertama yang dilaksanakan secara mandiri oleh Pertamina. Meski terbilang sukses dengan menerima banyak atensi dari pelaku UMKM dan juga pemerintah, nyatanya meninggalkan banyak evaluasi untuk peningkatan efektivitas pelaksanaannya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan NR Selaku *Senior Officer* SMEPP Pertamina, beliau menjelaskan beberapa evaluasi dalam kegiatan SMEXPO 2020 sebagai berikut:

“Kalau menurut aku website nya agak susah kalau di akses by mobile, harus pake laptop. Terus kalau sedang belanja gitu ya itu gabisa checkout barengan, harus checkout barang satu satu kalau udah baru belanja lagi checkout lagi gitu, jadi gabisa checkout multi store. terus tampilan nya belum se menarik tokped lah belom user friendly. Kalau sekarang ini kesulitannya juga menyusun web nya itu sendiri, gimana mengakomodasi user experience masyarakat yang selama ini sudah terbiasa belanja dengan shopee tokped lazada zalora, mereka juga bisa tertarik untuk belanja di Smexpo dan merasa kenyamanan yang sama seperti mereka belanja di commerce yang lain. Untuk marketplace sendiri yang tahun lalu hanya bisa digunakan selama smexpo saja dan karena atensi yang besar jadinya di perpanjang selama 1-2 bulan. Untuk mitra binaannya yang bisa buka marketplace disini cuma yang terpilih aja, gabisa semuanya” (NR;30/09/2021)

Pelaksanaan SMEXPO 2020 berjalan lancar namun masih memiliki kendala pada bagian pemeliharaan website nya. SMEXPO sendiri merupakan gelaran pameran produk UMKM secara virtual yang dilaksanakan di website <https://smexpo.pertamina.com/>. Website yang digunakan belum mendukung akses mudah ke semua tipe perangkat. Laptop atau komputer bisa dibilang perangkat yang paling mudah untuk digunakan mengakses website SMEXPO. Fitur *E-commerce* yang terdapat di website tersebut juga belum mudah digunakan, belum seperti *e-commerce* yang biasa kita gunakan untuk melakukan *online shopping*, salah satunya pada saat melakukan *check-out* barang pembelian, peserta tidak bisa melakukan satu kali checkout untuk semua barang yang di beli, peserta harus melakukan checkout pada tiap barang yang mereka beli sehingga memakan waktu yang cukup lama. *E-commerce* SMEXPO juga hanya berjalan selama kegiatan tersebut saja, walaupun pada akhirnya di perpanjang sampai 2 bulan. Hasil evaluasi lainnya berdasarkan hasil wawancara dengan TP selaku mitra binaan Pertamina di Jakarta yang bergerak di sektor industri, beliau mengatakan:

“Ada karena MB nya kan banyak jumlahnya sehingga wajar bergantian sehingga kami yang awal ikut di Pertamina smexpo 2020, kurang mendapat bimbingan lanjutannya.” (TP;16/09/2021)

Berdasarkan evaluasi ini, SMEPP CSR Pertamina memutuskan untuk melanjutkan program SMEXPO untuk tahun 2021 dengan perbaikan dan juga pengembangan aspek-aspek yang menjadi kekurangan dalam pelaksanaannya. Dalam kegiatan SMEXPO 2021, website SMEXPO kini sudah mudah di akses menggunakan perangkat smartphone dan ada peningkatan fitur *virtual tour* dan perpanjangan masa kegiatan e-commerce yang tahun lalu hanya dapat diakses selama dua bulan, tahun ini bisa diakses selama satu tahun. Meskipun pada kegiatan SMEXPO ini mitra binaan yang bisa berpartisipasi di khusus kan untuk mitra binaan yang sudah stabil keuangannya dan jumlah nya dibatasi untuk 200an UMKM saja.

b. UMK Akademi

Kegiatan Pertamina UMK Akademi merupakan bentuk pembinaan UMK agar naik kelas dengan melakukan pembinaan sesuai kurikulum *go modern, go digital, go online* dan *go global*. Pada tahun 2020, UMK akademi berhasil meluluskan 162 UMK terdiri dari kelas *go modern* 13 UMK, *go digital* 43 UMK, *go online* 44 UMK,

dan *go global* 62 UMK. Dalam kegiatan UMK Akademi ini Pertamina memiliki parameter untuk melakukan evaluasi dan *monitoring* selama tujuh bulan terhadap mitra binaannya. Ada tujuh parameter naik kelas bagi mitra binaan yang mengikuti kegiatan UMK akademi sesuai Risalah RKA PKBL Tahun 2020 Nomor Ris-12/D7.MBU.2/11/2019 yaitu yang pertama peningkatan jumlah pegawai, yang kedua peningkatan nilai pinjaman, yang ketiga peningkatan kapasitas produksi, keempat peningkatan omzet, yang kelima pelibatan masyarakat sekitar untuk menghasilkan produk, yang keenam pemasaran produk di luar kota/negeri, dan yang terakhir memperoleh sertifikat nasional/internasional. Harapannya terdapat perubahan kondisi yang lebih baik sebelum mengikuti program dan paska mengikuti program dengan dibuktikannya UMK naik kelas, hal ini sesuai dengan pernyataan HD selaku Jr. Officer CSR & SMEPP yang menyatakan:

“UMKM naik kelas berdasarkan indikator di akhir periode UMK Academy bentuk evaluasinya. Ada evaluasi dilakukan di akhir periode pelaksanaan pembinaan, berdasarkan kriteria dan indikator UMKM naik kelas yg telah ditetapkan oleh Kementerian BUMN. Berdasarkan laporan hasil akhir tiap UMK, dimana laporan tersebut berisikan indikator UMK naik kelas”(HD;23/09/2021)

c. Program Pendanaan UMK (PUMK)

Kondisi Pandemi Covid-19 yang belum membaik dan dunia usaha yang belum bergairah, menjadi hambatan mitra binaan untuk mempergunakan pinjaman bank dalam mendapatkan tambahan modal usaha kembali. Terdapat hambatan dan kendala di lapang dalam kegiatan *rescheduling* atau pemulihan piutang dari mitra binaan Pertamina. Masih banyaknya mitra binaan yang tetap mencoba mengangsur sesuai jadwal walaupun sedikit terlambat karena tidak ingin memperpanjang waktu pinjaman. Mitra binaan mengajukan angsuran baru yang diharapkan tetapi angsuran baru masih di bawah nilai/jumlah sisa pinjaman dibagi 36 bulan/kali. Prosedur dan tata cara proses Program *Rescheduling* sesuai ketentuan Pertamina perlu disampaikan kepada mitra binaan karena banyak mitra binaan menanyakan berapa lama proses dan syarat dokumen yang harus dilengkapi. Ada beberapa mitra binaan yang tidak memahami pentingnya bukti setoran sebagai pegangan bahwa mitra binaan dapat melakukan pencocokan terhadap posisi hutangnya di Pertamina melalui SMS pemberitahuan dan/atau Kartu Piutang Pertamina per mitra binaan.

Tingkat ketertarikan masyarakat selaku pelaku UMKM yang tinggi untuk mengikuti program pendanaan UMK ini sudah tidak ragukan lagi. Ketertarikan tersebut terlihat dari jumlah mitra binaan Pertamina yang terus bertambah ratusan hingga ribuan setiap tahunnya. Di tahun 2020, terdapat 3.073 mitra binaan UMKM yang bergabung dalam program pendanaan UMK. Banyaknya masyarakat yang meminati program ini membuat fungsi *call center* Pertamina sering kali *down*. Pertamina memiliki nomor *call center* yang bisa dihubungi melalui perangkat elektronik dengan cara menekan nomor 135 pada bagian telepon. Dengan jumlah proposal masuk sebanyak 30-50 proposal setiap hari nya, hal tersebut memungkinkan proses kurasi atau penyeleksian yang terhambat dan banyak masyarakat yang mendaftar menghubungi *call center* 135 setiap hari nya untuk menanyakan keberlanjutan dari proses pendaftarannya seperti pernyataan MD selaku staff fungsi 135 Pertamina dalam kegiatan Rapat Penanganan Agunan Mitra Binaan PUMK yang dilakukan Hari Selasa 28 September 2021 melalui aplikasi Microsoft Teams beliau mengatakan:

“135 itu kan call center kita, banyak proposal PUMK masuk tiap hari dan banyak juga yang menanyakan followup email ke 135. Nah setiap pendaftar PUMK itu sudah ada pembagian PIC nya. Walaupun sudah ada PIC nya tapi tetap banyak sekali yang menghubungi 135. Jadi

harusnya kalau sudah dapat pembagian PIC masing masing, cukup hubungi PIC nya saja tidak perlu hubungi 135 lagi.” (MD;28/09/2021)

Setiap pelaku UMKM yang berpartisipasi dalam program pendanaan UMK Pertamina maka mereka disebut sebagai mitra binaan Pertamina. Dalam situasi pandemi Covid-19 ini, meski Pertamina banyak meluncurkan program adaptif yang mendorong kegiatan Go Digital nyatanya masih ada mitra binaan Pertamina yang belum merasakan dampaknya. FH salah satu mitra binaan Pertamina di Jakarta yang bergerak di sektor industri dalam wawancara, beliau mengatakan bahwa:

“awal saya daftar jadi mitra binaan Pertamina karna saya liat Tampaknya menjanjikan, dari pengamatan sebelumnya. Semenjak pandemi ini saya belum dapat bantuan, paling paling webinar terus jadi usaha saya juga tidak ada peningkatan sejauh ini. Tagihan terus menerus, padahal saya dan banyak teman rajin membayar dan tidak menunggak. instansi sebesar Pertamina payah pembukuannya. Walau sudah wa tunjukkan bukti cicilan, tetep menjengkelkan. Mereka mencari cari bukti yang tidak kami pegang. Aneh waktu kami habis untuk menyocokkan data. Mereka tidak profesional, lapor sana sini lempar sana sini lepas tangan. Saya tidak mau jadi binaan Pertamina lagi.”(FH; 24/09/2021)

Berdasarkan wawancara dengan FH salah satu mitra binaan Pertamina di Jakarta yang bergerak di sektor industri, dirinya mengatakan sistem pembukuan yang dilakukan Pertamina dalam program pendanaan UMK belum optimal. Beliau merasa terlalu sering ditagih cicilan meskipun ia merasa sudah rajin membayar dan tidak menunggak, hal tersebut didukung dengan bukti-bukti cicilan yang ditunjukkan kepada PIC nya melalui *WhatsApp*. FH juga mengeluhkan kegiatan pelatihan dan pembinaan yang dilakukan hanya webinar secara terus menerus sehingga dampaknya tidak efektif terhadap pemulihan bisnisnya. Hasil wawancara lainnya dengan NH salah satu mitra binaan Pertamina di Jakarta yang bergerak di sektor industri beliau menambahkan:

“Kalau sekarang dampaknya penurunan penjualan. Selama pandemi ini juga baru sekali dapat bantuan itupun berupa pelatihan secara online dan waktunya kurang tepat. kalau hanya bantuan sosialisasi dan pelatihan kurang membantu, seharusnya dimasa pandemi ini bantuan yang diberikan adalah penambahan modal atau pemberian tengang masa pembayaran pinjaman” (NH; 16/09/2021)

4. Tahap Pelaporan Program

Kegiatan pelaporan di Pertamina khususnya CSR dan SMEPP dilakukan rutin setiap minggu dalam agenda rakor mingguan setiap jumat jam 1 siang. Materi yang dilaporkan mengenai update kolektabilitas data, pendanaan UMK, Strategi Pemulihan piutang, progress kegiatan program kemitraan seperti SMEXPO dan UMK Akademi dan sebagainya.

Bentuk pelaporan program kemitraan yang sedang berjalan maupun sudah berjalan yang diterapkan oleh CSR & SMEPP Pertamina yaitu melalui draft press release dari serangkaian acara kegiatan yang nantinya di rilis oleh media, seperti rilis media dari kegiatan UMK Akademi mulai dari pembekalan go global, UKM Forum, pembekalan halal, pelatihan go online, digital day, pembekalan HKI, pembekalan BPOM, dan bantuan nakes. Sementara kegiatan SMEXPO, rilis media dimulai dari kegiatan penjualan UMK Adaptif, UMK On Air smart Fm dan Sonora Fm, digitalisasi pembinaan UMK, teaser SMEXPO, dan testimoni mitra binaan SMEXPO. Pertamina juga melaporkan seluruh kegiatan dan update kondisi dan perubahan perusahaannya melalui laporan tahunan atau annual report yang tersedia di laman web Pertamina. Annual report merupakan laporan perkembangan dan pencapaian yang berhasil diraih organisasi dalam setahun. Data dan informasi yang akurat menjadi kunci penulisan laporan tahunan. Kegiatan pelaporan ini

sesuai dengan hasil wawancara NR selaku Senior Officer SMEPP Pertamina yang mengatakan:

“Iya pasti, nanti setiap ada kegiatan webinar webinar past dibikin draft press release sama temen temen SMEPP terus nanti di publish sama temen temen medkom media komunikasi. Kamu juga bisa cek di Instagram nya smepp Pertamina, kadang beberapa flyer kegiatan pembinaan di publish disana, info visual dari kegiatan SMEPP Pertamina di publish disana” (NR;30/09/2021)

Kinerja CSR PT. Pertamina Di Masa Pandemi Covid-19

Program CSR yang dilakukan oleh PT. Pertamina akan berjalan dengan baik apabila implementasinya dieksekusi dengan baik. Pihak-pihak PT. Pertamina harus benar-benar mempersiapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan program CSR agar pelaksanaan, manfaat dan tujuannya dapat terlaksana dengan baik dan benar. Kegagalan dalam pengimplementasian program CSR dapat berakibat ketidakefektifan dan dapat berpengaruh terhadap tujuan utama CSR yang sebenarnya. Diperlukan indikator kinerja dalam pengimplementasian CSR. Indikator yang paling efektif adalah yang bersifat kualitatif. Menurut Kartini (2009) ada delapan indikator yang sebaiknya digunakan dalam pengukuran tersebut, yaitu:

1. Kepemimpinan

Kegiatan CSR dapat dikatakan berhasil apabila mendapat dukungan dari *top management* perusahaan dan terdapat kesadaran filantropi dari pimpinan yang menjadi dasar pelaksanaan program. Kegiatan CSR PT. Pertamina selalu mendapat dukungan dari atasan perusahaan yakni VP CSR & SMEPP Management merupakan posisi yang mengepalai divisi CSR dan SMEPP Pertamina selaku penanggungjawab dari program kemitraan dan bina lingkungan. Pertamina khususnya divisi CSR dan SMEPP selalu melibatkan kepala divisi mulai dari tahap perencanaan hingga publikasi. Dalam setiap kegiatan rapat koordinasi CSR & SMEPP Pertamina setiap jumat, kepala divisi diberikan wewenang sebagai pemimpin rapat. Kepala divisi memiliki peran untuk mengesahkan hasil rapat koordinasi seperti *timeline* dan mekanisme program dengan menandatangani hasil notulensi dari kegiatan tersebut. Terdapatnya kesadaran filantropi pimpinan pada pelaksanaan program ditandai dengan mendorong kegiatan pemberdayaan masyarakat seperti memberdayakan masyarakat melalui pelatihan pembuatan masker dan *hand sanitizer* mandiri untuk membantu masyarakat terdampak pandemi Covid-19 serta bantuan sembako pangan dan APD untuk masyarakat sekitar dan tenaga kesehatan.

2. Proporsi Bantuan

PT. Pertamina telah memberikan banyak jenis bantuan untuk mitra binaan dan juga masyarakat umum pada kondisi pandemi ini. Fokus CSR dari PT. Pertamina selama pandemi ini hampir semua dialihkan kepada optimalisasi penanganan Covid-19 melalui penyaluran alat pelindung diri dan alat kesehatan lainnya, lalu diikuti dengan pengoptimalan UMKM yang terintegrasi agar tetap bisa berdaya selama masa pandemi Covid-19. Proporsi bantuan yang diberikan CSR PT. Pertamina kepada masyarakat khususnya selama pandemi Covid-19 berlangsung banyak diberikan berupa pelatihan bisnis UMKM secara daring bagi para mitra binaan yang bisnisnya merugi akibat pandemi, bantuan pemberian alat pelindung diri berupa baju hazmat yang akan didistribusikan untuk rumah sakit di seluruh Indonesia, dan bantuan pemulihan piutang bagi mitra binaan Pertamina yang usaha nya merugi dengan menata ulang jumlah angsuran dan batas akhir pelunasan.

3. Transparansi dan Akuntabilitas

Perusahaan dalam hal ini dituntut memiliki laporan tahunan (*annual report*) dan menyediakan informasi yang akurat, cukup dan tepat. Adanya akuntabilitas

dimana adanya kejelasan fungsi, struktur, sistem dan pertanggungjawaban elemen perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian di lapang, PT. Pertamina dalam mengimplementasikan CSR nya sudah memiliki laporan tahunan dan catatan informasi mengenai hasil kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Pertamina. Tujuan dilakukannya karena kegiatan CSR yang dilakukan merupakan kegiatan resmi perusahaan dimana diharuskan adanya kejelasan fungsi, struktur, sistem dan pertanggungjawaban atas kegiatan CSR tersebut. Laporan tahunan PT. Pertamina bisa diakses secara umum dengan mengunduh langsung melalui website resmi PT. Pertamina di www.pertamina.com.

PT. Pertamina juga mempunyai mekanisme audit sosial dan finansial dimana audit sosial terkait dengan pengujian sejauh mana program CSR telah dapat ditunjukkan secara benar sesuai kebutuhan masyarakat dan perusahaan. Mekanisme audit dalam PT. Pertamina sudah di atur dalam pedoman tata kelola PT. Pertamina atau *code of corporate governance*. Kegiatan audit sosial di PT. Pertamina menjadi tanggung jawab komite audit sesuai pedoman tata kelola PT. Pertamina, mulai dari komposisi dan keanggotaan, serta tugas dan tanggung jawab.

4. Cakupan Wilayah

Berdasarkan hasil penelitian di lapang, PT. Pertamina di tiap region nya melalui *person in charge* (PIC) melakukan survei atau *social mapping* secara berkala dengan menerapkan protokol kesehatan. Kegiatan *social mapping* dalam perencanaan CSR bertujuan untuk memahami karakteristik mitra binaan nya yang akan atau sedang dibina. Pertamina juga harus mengetahui kemampuan, permasalahan, dan kebutuhan mitra binaan nya dalam situasi pandemi Covid-19 ini. Identifikasi penerima manfaat berdasarkan skala prioritas juga sudah ditetapkan dalam tujuan strategis CSR PT. Pertamina yaitu sasaran prioritas CSR Pertamina merupakan wilayah sekitar operasi perusahaan dan daerah yang terkena dampak bencana. Wilayah operasi PT. Pertamina sendiri dibagi menjadi delapan wilayah.

5. Mekanisme Perencanaan dan Evaluasi

Kegiatan perencanaan dan evaluasi diadakan pada rapat Agenda Jum'at an Rapat Koordinasi Pelaporan dan Perencanaan CSR *Small Medium Enterprise Partnership Program* (SMEPP) *Management* secara daring melalui aplikasi Microsoft teams. Agenda ini membahas perkembangan program yang akan, sedang dan sudah dilaksanakan. Hasil dari rapat tersebut nantinya akan dibuatkan rekomendasi program beserta indikator keberhasilannya sesuai dengan kebutuhan Pertamina dan UMKM mitra binaannya di masa pandemi ini. Kegiatan perencanaan dan evaluasi CSR PT. Pertamina melibatkan banyak divisi di dalamnya. Mulai dari divisi CSR dan SMEPP di pusat maupun di tiap daerah, divisi IT dan Media Komunikasi. Kegiatan agenda Jum'at an Rapat Koordinasi Pelaporan dan Perencanaan CSR SMEPP ini bersifat internal sehingga tidak melibatkan pihak luar seperti sasaran masyarakat. Pelibatan masyarakat sendiri dalam perencanaan program hanya sebatas sebagai informan dan tidak diikutsertakan secara langsung pada kegiatan diskusi. *Stakeholder* juga terlibat dalam sebuah perencanaan program CSR di PT. Pertamina, namun tidak secara langsung mengikuti setiap kegiatan rapatnya. *Stakeholder* dalam perencanaan CSR memiliki sebuah pengaruh langsung dalam pengambilan keputusan program dan pembuatan kebijakan program, hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan ZS selaku Jr. Officer II CSR yang mengatakan:

“Untuk penyusunan dan implementasi program CSR, Pertamina berkolaborasi dengan berbagai stakeholder, seperti Pemerintah, NGO itu lembaga swadaya masyarakat, ada akademisi juga, masyarakat, dan pihak lainnya. Supaya program yang dijalankan nantinya akan tepat sasaran dan berkelanjutan.” (ZS; 09/08/2021)

6. Pelibatan *Stakeholder*

PT. Pertamina selalu melibatkan para *stakeholder* nya dalam setiap program CSR. *Stakeholder* sendiri ini memang tidak turun langsung dalam merencanakan suatu program namun memiliki pengaruh dalam pengesahan ataupun pengambilan suatu keputusan. Ketentuan pelibatan *stakeholder* sendiri sudah diatur dalam pedoman tata kelola PT. Pertamina atau *code of corporate governance*. Pelibatan *stakeholder* di PT. Pertamina biasanya diadakan dalam rapat umum pemegang saham (RUPS). Para pemegang saham di PT. Pertamina memiliki hak untuk menghadiri kegiatan RUPS dan memberikan suaranya pada kegiatan RUPS.

7. Keberlanjutan

PT. Pertamina turut berkontribusi dalam mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan/ *Sustainable Development Goals* (TPB/SDGs) melalui program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Seluruh program TJSL yang dilakukan Pertamina baik di Pertamina *Holding* maupun di *Sub Holding* sejalan dengan prinsip-prinsip ESG (*Environmental, Social, and Governance*). Pertamina menjalankan program TJSL melalui berbagai aktivitas yang terintegrasi dengan strategi bisnis dan bermanfaat bagi area operasi dan area yang terdampak, dengan menggunakan pendekatan mitigasi risiko, nilai yang dibagikan, dan aspek keberlanjutan. Perencanaan Program TJSL dilakukan dengan pertimbangan untuk menciptakan masa depan yang berkelanjutan dan memberikan dampak positif di berbagai aspek untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Pertamina berkolaborasi dengan berbagai *stakeholder* dalam mengembangkan potensi lokal yang melibatkan pemberdayaan masyarakat, mewujudkan pengembangan energi baru terbarukan dan menjaga kelestarian alam dan konservasi keanekaragaman hayati.

8. Hasil Nyata (*Outcome*)

Hasil nyata atau *outcome* merupakan dampak, manfaat, harapan perubahan dari sebuah kegiatan atau pelayanan suatu program. Hasil nyata dari sebuah program CSR khususnya program kemitraan dapat dilihat melalui terjadinya perubahan pola pikir mitra binaan, memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat dan terjadi penguatan suatu komunitas. Hasil nyata dari program Pertamina SMEXPO yang merupakan ajang pameran dan transaksi produk UMKM mitra binaan secara virtual yaitu peningkatan kompetensi UMK para mitra binaan di masa pandemi, peningkatan motivasi UMK mitra binaan untuk dapat bertahan pada masa pandemi, dan perluasan pasar UMK dengan meningkatkan banyaknya pengunjung. Hasil nyata dari program Pertamina UMK Akademi yang merupakan kegiatan pelatihan, pembinaan dan pendampingan UMKM secara daring untuk mitra binaan yaitu mitra binaan mendapat sertifikat dan izin usaha seperti halal, BPOM, HKI, dan PIRT. Hasil nyata lainnya dari program UMK Akademi yaitu meningkatkan omzet mitra binaan dan mitra binaan mampu naik kelas hingga menembus pasar global. Hasil nyata dari program pendanaan UMK di masa pandemi ini yaitu pemulihan piutang bagi para mitra binaannya melalui program *rescheduling* yaitu penataan ulang angsuran jumlah pengembalian pinjaman dan batas akhir pelunasan.

Implementasi CSR PT. Pertamina Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19

Berdasarkan hasil penelitian di lapang mengenai implementasi CSR PT. Pertamina terhadap pemulihan bisnis UMKM mitra binaan akibat pandemi Covid-19, tidak temukan perubahan implementasi program tanggung jawab sosial saat sebelum pandemi dan di saat pandemi berlangsung. PT. Pertamina tetap menjalankan pelaksanaan kegiatan CSR nya melalui bentuk *community development* atau pengembangan masyarakat seperti di waktu-waktu sebelum pandemi. Pelaksanaan pengembangan masyarakat di Pertamina sendiri meliputi kegiatan bantuan sosial, pengabdian masyarakat melalui pengembangan desa binaan dan

program kemitraan. Pelaksanaan kegiatan pengembangan masyarakat tersebut sudah dijalankan oleh PT. Pertamina dari sebelum pandemi hingga sekarang ini. Hasil wawancara dengan ZS selaku Jr. Officer II CSR juga menguatkan temuan penelitian, beliau menyatakan:

“Sebenarnya program CSR di PT Pertamina tetap berjalan sesuai dengan rencana program kerja perusahaan, namun dengan tetap menyesuaikan kondisi pandemi Covid-19. Jadi PT Pertamina menjalankan kegiatan dengan memanfaatkan seperti teknologi digital dan menjalankan protokol kesehatan Covid-19 untuk kegiatan yang memang tidak bisa dilaksanakan secara daring” (ZS;09/08/2021)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dijelaskan, PT. Pertamina tetap menjalankan program CSR sesuai dengan semestinya namun Pertamina tetap melakukan penyesuaian dikarenakan kondisi pandemi Covid-19 ini. Proses implementasi CSR sendiri yang dilakukan oleh PT. Pertamina mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pelaporan merupakan proses yang sudah dilaksanakan dari sebelum bencana pandemi Covid-19 hadir, namun PT. Pertamina melakukan penyesuaian terkait salah satunya yaitu kebijakan *social distancing* yang ditujukan untuk memutus rantai penularan virus Covid-19. Penyesuaian tersebut yaitu dengan memaksimalkan teknologi digital seperti kegiatan agenda rapat jumatian perencanaan dan evaluasi program CSR dan SMEPP yang biasanya dilakukan langsung di ruang rapat kantor PT. Pertamina, kini harus dilakukan secara daring memanfaatkan aplikasi Microsoft teams. Manfaatnya adalah kemudahan dalam menjangkau peserta rapat tidak hanya yang di kantor pusat saja namun juga yang ada di kantor region lainnya. Penyesuaian program CSR dibutuhkan untuk mampu mengadaptasi program CSR yang sedang dilakukan untuk dimodifikasi sesuai kondisi dan kebutuhan pandemi. Pelaksanaan program kemitraan pada masa pandemi ini juga dilakukan seluruhnya secara daring melalui website resmi, aplikasi zoom dan sosial media Pertamina, dengan begitu kegiatan seperti pelatihan, pendampingan, pembinaan, pengawasan, pameran serta transaksi jual beli produk UMKM mitra binaan tetap terlaksana dengan semestinya meski harus melakukan beberapa penyesuaian. Program pendanaan UMK juga tetap dijalankan dengan semestinya yaitu memberikan pinjaman dana modal usaha serta bimbingan pada setiap mitra binaannya. Penyesuaian yang dilakukan pada program pendanaan UMK yaitu perubahan skala prioritas yang awalnya fokus pada pengembangan *skill* dan bisnis mitra binaan, kini di masa pandemi menjadi pendampingan pemulihan piutang bagi para mitra binaan yang usahanya terancam bangkrut dan tidak sanggup lagi mencicil angsuran piutang. AD selaku VP Manager CSR & SMEPP dalam wawancara menambahkan:

“Pandemi itu pembelajaran yang luar biasa bagi kami, jadi yang kami jawab satu jawaban yaitu digital teknologi digital ini harus dikuasai betul. Digital ini kan juga mendukung protokol kesehatan karena kita tidak bertemu berkumpul di satu aula atau tempat begitu. Artinya digital ini membantu kami untuk bisa memberikan pendampingan. Bagaimana kita bisa mendampingi UMKM kalau seperti ini kondisinya, karna saya biasanya door to door dari rumah ke rumah. Nah digital penting, kemudian kita mengadakan pelatihan melalui Instagram live, facebook, melalui zoom dan lain sebagainya. Bahkan yang menarik di tahun 2020 jumlah pelatihan kami ada lebih dari 200 pelatihan dan semuanya online”. (AD; 09/06/2021)

Berdasarkan hasil wawancara dengan AD beliau menjelaskan betapa pentingnya penguasaan teknologi digital di masa pandemi ini. Pandemi ini menjadi suatu pembelajaran tak terkecuali untuk PT. Pertamina. PT. Pertamina mendorong kegiatan digitalisasi UMKM sebagai penyesuaian situasi di masa pandemi ini. Digitalisasi UMKM sangat bermanfaat khususnya dalam mendukung protokol

kesehatan dikarenakan para mitra binaan dan PT. Pertamina sendiri tidak perlu datang bertemu untuk berkumpul dengan satu sama lain pada satu tempat yang sama dalam melakukan kegiatan pembinaan UMKM. Kegiatan pendampingan UMKM mitra binaan yang semulanya dilakukan *door to door* dan dilakukan secara teritorial, kini dengan digitalisasi PT. Pertamina bisa melakukannya melalui sosial media. Melalui digitalisasi UMKM, PT. Pertamina bisa mengadakan pelatihan untuk mitra binaan melalui banyak *platform* seperti *facebook*, Instagram, zoom dan lain sebagainya.

KESIMPULAN

Bentuk program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Pertamina dari sebelum pandemi hingga saat ini tidak mengalami perubahan, yakni *community development* atau pengembangan masyarakat. Bentuk CSR pengembangan masyarakat. dibedakan menjadi tiga kegiatan yaitu *community relation*, *community service* dan *community empowering*. *Community relation* yaitu kegiatan tanggungjawab sosial yang banyak diarahkan pada kegiatan *charity* dan kegiatan sosial lain yang bersifat insidental seperti bantuan bencana alam, bantuan sembako dan sejenisnya. *Community service* yaitu kegiatan tanggungjawab sosial yang banyak diarahkan pada kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan melalui Program Pertamina Berdikari dengan merancang Program Desa Binaan. *Community empowering* yaitu pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan yang memberikan akses lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandirian dan mendudukkan masyarakat sebagai mitra, dan memberikan penguatan. Bentuk aktivitas dari *community empowering* itu sendiri yaitu program kemitraan terhadap UKM.

Implementasi CSR yang dilakukan PT. Pertamina tidak ditemukan adanya perubahan dari sebelum dan saat pandemi ini namun yang dilakukan dalam situasi pandemi ini yaitu penyesuaian kegiatan. Penyesuaian yang gencar dilakukan oleh PT. Pertamina di era pandemi Covid-19 ini yaitu mendorong digitalisasi UMKM para mitra binaan. Implementasi CSR PT. Pertamina dilakukan dalam empat tahapan yaitu mulai dari perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pelaporan. Tahap perencanaan meliputi tiga kegiatan, yang pertama *awareness building* yaitu kegiatan survei dan pemetaan potensi lokal mitra binaan. Kedua, *CSR assessment* yaitu hasil kegiatan *social mapping* yang sudah terkumpul akan dibuatkan materi pelaporan yang akan di diskusikan pada rapat Agenda Jum'at an Rapat Koordinasi Pelaporan dan Perencanaan CSR SMEPP Management secara daring melalui aplikasi Microsoft teams. Ketiga, *CSR manual building* yaitu penyusunan dan penetapan indikator keberhasilan program yang akan dijalankan. Tahap pelaksanaan, PT. Pertamina melaksanakan 4 program kemitraan di masa pandemi ini yaitu SMEXPO ajang virtual expo produk UMKM mitra binaan, UMK Akademi yaitu pelatihan dan bimbingan bisnis UMKM secara daring, Ruang Belajar UMKM yaitu *platform e-learning* belajar UMKM secara mandiri, dan pendanaan UMK. Tahap evaluasi program kemitraan CSR SMEPP Pertamina dilaksanakan dalam agenda rakor mingguan secara online melalui aplikasi *Microsoft Teams* yang diikuti oleh seluruh divisi CSR dan SMEPP Pertamina serta divisi lainnya seperti divisi IT dan media komunikasi. Tahap pelaporan, bentuk pelaporan program kemitraan yang sedang berjalan maupun sudah berjalan yang diterapkan oleh CSR & SMEPP Pertamina yaitu melalui *draft press release* dari serangkaian acara kegiatan. Pertamina juga

melaporkan seluruh kegiatan dan update kondisi dan perubahan perusahaannya melalui laporan tahunan atau *annual report*.

Kinerja CSR PT. Pertamina di masa pandemi dalam pemulihan bisnis UMKM mitra binaan akibat pandemi dapat dilihat melalui delapan indikator kinerja CSR yaitu kepemimpinan, proporsi bantuan, transparansi dan akuntabilitas, cakupan wilayah, mekanisme perencanaan dan evaluasi, pelibatan stakeholder, keberlanjutan dan hasil nyata. Kepemimpinan, kegiatan CSR PT. Pertamina selalu mendapat dukungan dari pimpinan yakni VP CSR & SMEPP Management merupakan posisi yang mengepalai divisi CSR dan SMEPP Pertamina selaku penanggungjawab dari program kemitraan dan bina lingkungan. Proporsi bantuan, fokus pemberian bantuan CSR dari PT. Pertamina selama pandemi ini hampir semua dialihkan kepada optimalisasi penanganan Covid-19 melalui penyaluran alat pelindung diri dan alat kesehatan lainnya, lalu diikuti dengan pengoptimalan UMKM. Transparansi dan akuntabilitas, PT. Pertamina memiliki laporan tahunan dan catatan informasi mengenai hasil kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Pertamina. Tujuan dilakukannya karena kegiatan CSR yang dilakukan merupakan kegiatan resmi perusahaan dimana diharuskan adanya kejelasan fungsi, struktur, sistem dan pertanggungjawaban atas kegiatan CSR tersebut. PT. Pertamina juga memiliki mekanisme audit sosial dimana audit sosial terkait dengan pengujian sejauh mana program CSR telah dapat ditunjukkan secara benar sesuai kebutuhan masyarakat dan perusahaan. Cakupan wilayah, penerima manfaat berdasarkan skala prioritas juga sudah ditetapkan dalam tujuan strategis CSR PT. Pertamina yaitu sasaran prioritas CSR Pertamina merupakan wilayah sekitar operasi perusahaan dan daerah yang terkena dampak bencana. Wilayah operasi PT. Pertamina sendiri menjangkau 8 wilayah mulai dari Medan, Palembang, Jakarta, Semarang, Surabaya, Balikpapan, Makassar, dan Irian Jaya. Mekanisme perencanaan dan evaluasi, kegiatan perencanaan dan evaluasi CSR PT. Pertamina dilaksanakan secara daring dan bersifat internal. Pelibatan masyarakat dalam perencanaan program hanya sebatas sebagai informan. Pelibatan *stakeholder*, PT. Pertamina selalu melibatkan stakeholdernya dalam setiap program CSR. *Stakeholder* sendiri ini memang tidak turun langsung dalam merencanakan program namun memiliki pengaruh dalam pengesahan ataupun pengambilan keputusan. Keberlanjutan, PT. Pertamina turut berkontribusi dalam mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan/ *Sustainable Development Goals* (TPB/SDGs) melalui program TJSL. Hasil nyata, hasil nyata dari implementasi program kemitraan Pertamina di masa pandemi yaitu peningkatan kompetensi UMK para mitra binaan, sertifikasi dan izin usaha, dan pemulihan piutang.

Saran yang diberikan berdasarkan adanya penelitian ini yaitu sosialisasi kegiatan pendanaan UMK khususnya mengenai prosedur dan tata cara proses program *rescheduling* sesuai ketentuan Pertamina perlu disampaikan kepada mitra binaan karena banyak mitra binaan yang belum memahami tentang hal tersebut dan menambah jumlah *Person in Charge* (PIC) atau *Community Development Officer* (CDO) per region untuk mitra binaan Pertamina karena masih banyak mitra binaan Pertamina yang tidak tahu kalau sudah tersedia PIC nya per region sehingga mitra binaan yang ingin menanyakan sesuatu bisa langsung menghubungi PIC nya tanpa harus menghubungi *Call Center* Pertamina. PT. Pertamina juga harusnya lebih mengetatkan proses kurasi dari banyaknya masyarakat yang mengajukan proposal pengajuan pendanaan UMK sehingga Pertamina bisa mengimbangi antara jumlah

mitra binaan yang baru bergabung (belum stabil finansial) dengan jumlah mitra binaan yang naik kelas (sudah stabil finansial) agar tidak perlu lagi ada mitra binaan yang kurang mendapatkan pembinaan dikarenakan harus menunggu bergantian dengan mitra binaan lainnya. Memperbarui dan meningkatkan fitur *e-commerce* dan *website online training* agar lebih *user-friendly* dan mudah diakses semua perangkat digital. Program Ruang Belajar UMKM melalui *e-platform* seharusnya bisa melengkapi pilihan materi sesuai dengan tingkatan kursus yang tersedia karena dari tiga tingkatan kursus yaitu pemula, menengah dan ahli, baru materi tingkatan pemula yang tersedia di *platform* tersebut. Kegiatan *blasting WhatsApp* dan SMS untuk konfirmasi piutang kepada mitra binaan kurang efektif karena banyak mitra binaan yang belum menggunakan sosial media, masih gagap teknologi atau pun susah sinyal sehingga jumlah *feedback* yang didapatkan dari *blasting* konfirmasi piutang jumlahnya sedikit. Kegiatan perencanaan dan evaluasi program CSR seharusnya bisa lebih mengikutsertakan mitra binaan Pertamina sendiri. Mitra binaan dan masyarakat sekitar wilayah operasi Pertamina tidak hanya diikutsertakan sebagai informan dan peserta kegiatan namun juga bisa menyampaikan kritik dan sarannya sehingga Pertamina memiliki perspektif dan pandangan lain dari mitra binaannya sebagai peserta dari program pembinaan Pertamina. Penyampaian saran dan kritik sebaiknya bisa dilakukan melalui banyak cara seperti SMS, *WhatsApp*, *e-mail*, komentar dan pesan di sosial media, serta diskusi langsung dengan mitra binaan secara daring maupun tatap muka. Pendekatan secara teritorial tetap harus dilakukan namun menggunakan protokol kesehatan dikarenakan masih ada mitra binaan Pertamina yang gagap teknologi dan berlokasi di daerah yang sulit menjangkau internet.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 123-131.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2007). *Metode-metode riset kualitatif dalam public relations dan marketing communications*. Benteng Pustaka.
- Febrantara, D. (2020). Bagaimana Penanganan UKM Di Berbagai Negara Saat Ada Pandemi Covid-19. *DDT Fiscal Research*.
- Kartini, D. (2009). *Corporate social responsibility: transformasi konsep sustainability management dan implementasi di Indonesia*. Refika Aditama.
- Miles, Matthew B. & A. Michael Huberman. (2009). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-Press.
- Patton, M. Q. (2002). Two decades of developments in qualitative inquiry: A personal, experiential perspective. *Qualitative social work*, 1(3), 261-283.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Undang Undang Nomor 19 tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara. Jakarta: Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia.
- Undang Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Jakarta: Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia.
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Jakarta: Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia.
- Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.