

Program Magang Mahasiswa Bersertifikat Sebagai Bentuk *Corporate Social Responsibility* PT Jasa Marga (Persero)

Annisa Widi Astuti¹, Asmara Sudomo^{1,*}, Siti Rachmawati¹

¹ Administrasi Perkantoran, Universitas Bina Insani,
Jl. Siliwangi 6, Rawa Panjang, Bekasi 17114, Telp. 021-82400924 – 82436886/996,
E-mail: anisawidis9@gmail.com, asmarasudomo@binainsani.ac.id, wati.binainsani@gmail.com

* Korespondensi: e-mail: asmarasudomo@binainsani.ac.id

Diterima: 7 Maret 2020 ; Review: 20 April 2020; Disetujui: 30 Juni 2020

Cara sitasi: Astuti AW, Sudomo A, Rachmawati S. 2020. Program Magang Mahasiswa Bersertifikat Sebagai Bentuk *Corporate Social Responsibility* PT Jasa Marga (Persero). *Jurnal Administrasi Kantor*. 8 (1): 49-62.

Abstrak: Coporate Social Responsibility atau yang biasa di singkat sebagai CSR adalah kegiatan pelaku bisnis dalam memberikan kembali kepada stakeholder-nya atas segala peluang yang telah diberikan stakeholder kepadanya. PT Jasa Marga (persero) adalah sebuah perusahaan milik negara yang memiliki dua orientasi yakni profit dan pelayanan masyarakat. Sebagai sebuah korporasi sekaligus perseroan maka perusahaan BUMN ini terkena peraturan yang ada di UU No. 47/2012 yang menyebutkan bahwa pelaku bisnis harus menerapkan program CSR dan melaporkannya secara terbuka. Penelitian ini bertujuan untuk memastikan apakah program PT Jasa Marga (persero) yang bernama Program Magang Mahasiswa Bersertifikat (PMMB) merupakan kegiatan CSR ditinjau dari ke-empat karakteristiknya. Studi ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data sekunder dan primer. Data sekunder berupa laporan-laporan tahunan terpublikasi dan data primer berupa penggalian konsep PMMB itu sendiri dari nara sumber. Pada akhir penelitian ditemukan bahwa PMMB di PT Jasa Marga (persero) merupakan sebuah kegiatan CSR karena teridentifikasi adanya tiga karakteristik CSR yaitu regulasi, pokok utama (core subjects), dan manfaat. Namun, karakteristik ke-empat yaitu pernyataan resmi pelaporannya, tidak teridentifikasi dalam dokumen-dokumen terpublikasi.

Kata kunci: CSR, Karakteristik CSR, PMMB.

Abstract: *Corporate Social Responsibility, usually abbreviated to just CSR, is an activity of business owner to give back to its stakeholder for all the opportunities it has received from them. PT Jasa Marga (persero) is a government owned business which is profit oriented but provides public service too. The Indonesian's law number 47/2017 stated that all business practitioners, including PT Jasa Marga (persero), are under obligation to implement CSR programs and to file continuous formal report of their social responsibility activities. This study aimed to investigate whether PMMB (Certified Students' Internship Program) in PT Jasa Marga (persero) is infact a CSR program seen from a four-characteristic-CSR view. This is a qualitative study using secondary data in the forms of annual report and sustainability reports, as well as primary data dug from the PMMB concept itself. At the end of the study it was found that three of the four CSR characteristics were identified as being present in this PMMB program. The three being regulation, core subjects, and usefulness. The fourth characteristic, which is report, was unidentified in their formal annual reports.*

Keywords: CSR, CSR's Characteristics, PMMB.

1. Pendahuluan

Corporate Social Responsibility atau yang biasa disingkat sebagai CSR, adalah suatu bentuk kegiatan kehumasan yang dilakukan pelaku bisnis profit maupun non-

profit dalam rangka menjamin terciptanya manfaat berkelanjutan bagi dua pihak yaitu pelaku bisnis dan pemangku kepentingan [Urip 2014] [Prihantono 2018]. Upaya ini adalah sebuah kegiatan “mengembalikan” (*giving back*) dari apa yang telah diterima pelaku bisnis kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Mengapa mereka perlu “mengembalikan” kepada para *stakeholders*? Karena *stakeholder* telah memberikan peluang besar pada para pelaku bisnis untuk berdiri dan berkembang. Oleh karena itu, tepat kiranya jika pelaku bisnis diharuskan untuk berkomitmen untuk berpartisipasi dan berkontribusi dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi *stakeholder* [Seitel, 2008]. Keharusan ini sudah terjadi sejak lama. Dibelahan dunia bagian barat, terutama Amerika Serikat dan Inggris, kegiatan CSR mulai bergeliat sejak tahun 60-an seiring dengan pergolakan masyarakat terhadap sepak terjang pelaku bisnis seiring dengan maraknya gerakan-gerakan masyarakat seperti gerakan lingkungan, gerakan konsumen dan gerakan hak-hak sipil [Cutlip et. al, 2006].

Perseroan sebagai pelaku bisnis di Indonesia kini sudah terlihat memiliki kegiatan CSR, walau pada awalnya sekedar berbentuk filantropi yang bersifat sesaat [Sharma, 2013]. Namun sayangnya kegiatan tersebut diawal 2000an tidak terlapor secara eksplisit. Hal ini terlihat dari penelitian terdahulu yang menggali dari laporan tahunan mengenai seberapa dalam keterlibatan CSR di berbagai perusahaan di tujuh negara Asia [Chambers et.al, 2003]. Tujuh negara yang dipilih adalah India, Malaysia, Korea Selatan, Thailand, Singapura, Filipina dan Indonesia. Penelitian mendapatkan bahwa Indonesia menduduki peringkat terendah utk semua hal yang diteliti, baik pelaporan, pedoman, kebijakan, inisiatif maupun implementasi. Namun demikian, Indonesia tetap mengarahkan mayoritas kegiatannya dalam bentuk tiga gelombang kegiatan sesuai pendapat Moon yaitu dalam keterlibatan dalam masyarakat, proses kerja yang bertanggungjawab secara sosial, dan hubungan internal yang bertanggungjawab secara sosial (*socially responsible*) [Chambers et all, 2003]. Hal ini dimungkinkan karena Indonesia masih pada tahap awal penerapan CSR jika dibandingkan negara-negara Asia lainnya, dan juga karena sedikit sekali data pelaporan yang terakses secara internasional [Sharma, 2013].

Bagi perseroan di Indonesia, seperti PT Jasa Marga (Persero), kegiatan CSR ini adalah sebuah kegiatan wajib sejak 2012 karena telah disahkan dalam bentuk undang-undang. Undang-undang yang menyebutkan bahwa CSR adalah sebuah kewajiban

adalah UU No. 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perseroan terbatas [Republik Indonesia, 2012]. Oleh karena itu, akses terhadap pelaporan kegiatan CSR baru bangkit secara berkelanjutan setelah tahun tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah kegiatan yang dilakukan PT Jasa Marga (Persero) dalam bentuk Program Magang Mahasiswa Bersertifikat (PMMB) adalah merupakan kegiatan CSR. Karakteristik CSR terdiri dari empat unsur yaitu: 1) Regulasi, 2) Pokok Utama, 3) Manfaat, dan 4) Pelaporan. Karakteristik inilah yang dijadikan dasar mengidentifikasi kegiatan PMMB di PT Jasa Marga (Persero). Pada tanggal 16 Agustus 2007, pemerintah mengesahkan UU No. 40 tentang Perseroan Terbatas. Di dalam pasal 74 undang-undang tersebut disebutkan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang pelaksanaannya dibiayai oleh perseroan. Pada perkembangannya, undang-undang ini kemudian berlaku bagi seluruh perseroan yang beraktivitas di negara Republik Indonesia. Setelah disebutkan dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007, pasal tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan diperkuat pada tanggal 4 April 2012 dengan keluarnya Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012. Undang-undang No. 47 ini khusus mengatur tentang kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan atau CSR bagi perseroan. Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012 ini mewajibkan semua perseroan, sebagai badan hukum, untuk menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan ke dalam maupun ke luar lingkungan bisnisnya melalui sebuah rencana kerja tahunan yang disahkan oleh dewan komisaris dan RUPS masing-masing. Semua Badan Usaha Milik Negara (BUMN), termasuk Jasa Marga (persero), terkena kewajiban untuk menjalankannya.

Konsep inti CSR, mengacu pada rasa tanggung jawab pelaku bisnis kepada *stakeholder* dan mengacu pada kegiatan yang tidak bersifat sesaat namun bersifat berkelanjutan [Prihanto, 2018]. Kegiatan sesaat yang biasa disebut dengan kegiatan filantropi antara lain berbentuk bantuan dalam rangka bencana dan gerakan amal (baik tenaga, barang maupun uang). Kegiatan CSR seharusnya bersifat bantuan yang melebihi filantropi, layaknya berupa program yang berkesinambungan dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, maka CSR bersifat proaktif, bukanlah reaktif. Di awal tahun 2000an, kegiatan perusahaan diarea ini masih sebatas

pada kegiatan-kegiatan filantropi sesaat. Namun sekarang sudah jauh lebih berkembang menjadi kegiatan yang mengacu pada pemberian manfaat berkelanjutan [Urip, 2014].

Pentingnya CSR berkembang sejalan dengan pentingnya menerapkan tata kelola perusahaan atau *Good Corporate Governance* oleh pelaku bisnis, yang mendasarkan kegiatan bisnis melalui konsep 3P yaitu profit, *people*, dan planet. Konsep yang dikemukakan oleh Elkington di tahun 1997 ini diusung oleh banyak organisasi dunia, salah satunya adalah WBCSD (World Business Council for Sustainable Development) [Prihanto, 2018]. WBCSD berharap terjadi peningkatan dalam tiga hal secara bersamaan yaitu: pertumbuhan perekonomian baik mikro maupun makro, peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta pelestarian lingkungan. Organisasi ini juga mengusung pentingnya implementasi tujuh pokok utama (*core subjects*) yang ada dalam sistem standardisasi internasional ISO 26000, untuk CSR yang berkelanjutan. Ketujuh elemen kunci, yang kemudian dikukuhkan oleh OECD (Organization of Economic Cooperation and Development), adalah: 1). Organisasi. 2). Hak asasi manusia, 3). Praktik ketenagakerjaan. 4). Pelaksanaan kerja berkeadilan. 5). Persoalan konsumen. 6). Lingkungan. 7). Keterlibatan dan pengembangan masyarakat [Urip, 2014]. Salah satu *core subject* ke tujuh, yakni keterlibatan dan pengembangan masyarakat bertujuan untuk memperbaiki mutu hidup angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan. OECD dalam pertemuan tingkat menteri di tahun 2000, telah berhasil mencapai kesepakatan bahwa tanggung jawab sosial bukan hanya berlaku bagi pelaku bisnis swasta tapi juga untuk lembaga pemerintahan [Iriantara, 2013]. Salah satu dari kebijakan umum yang diambil dalam pertemuan tersebut adalah mendorong pengembangan kapasitas lokal melalui kerja sama erat dengan komunitas lokal.

Upaya proaktif sebuah kegiatan CSR menuntut adanya sebuah perencanaan yang bersifat strategis dimana seluruh komponen manajemen terlibat. Pengejawantahan ide program CSR menjadi strategi, menjadi langkah, menjadi kenyataan, dan bersifat *measurable*, membutuhkan keterlibatan lini atas dari perusahaan sebagai pengambil keputusan sampai dengan lini bawah sebagai pelaksana. Semua rangkaian ini melibatkan berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan, yaitu sumber daya manusia, finansial, waktu, dan materi/fasilitas. Untuk itu, keseriusan dari tingkat tertinggi sampai rendah (*top down*) benar-benar dituntut untuk membuat kegiatan CSR

menjadi berkelanjutan dan memberi nilai tambah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekelilingnya melalui jalinan hubungan timbal balik [Seitel, 2014].

Beberapa manfaat *corporate involvement* (CSR) dalam bentuk program masyarakat bagi perusahaan. Tiga manfaat diantaranya, yang terkait dengan masyarakat luas adalah [Rogovsky, 2016]: 1). Secara sosial perusahaan diterima dan dianggap sah oleh masyarakat luas untuk beroperasi. 2). Perusahaan mendapat peluang memperoleh tenaga kerja dari daerah sekelilingnya. 3). Perusahaan dapat memperoleh proteksi dan keamanan dari lingkungannya. Ketiganya berujung pada satu hal yaitu citra dan reputasi perusahaan.

Rogovsky mengatakan kegiatan CSR perusahaan memiliki unsur manfaat. Ada tiga manfaatnya bagi masyarakat yaitu [Iriantara, 2013]: 1). Memberi peluang mendapatkan keahlian dan keterampilan profesional yang tidak dimiliki sebelumnya, 2). Berperan dalam investasi pada kegiatan masyarakat, 3). Mendapatkan kompetensi teknis. Dengan diperolehnya manfaat-manfaat itu, maka perusahaan menjadi partner masyarakat dalam mengembangkan diri, dan sebaliknya masyarakat menjadi aset perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Agar kegiatan CSR bisa memberi manfaat maksimal pada kedua belah pihak, CSR harus memiliki kegiatan yang bersifat strategis dan proaktif. Untuk mencapainya, menyarankan untuk melakukan tiga unsur penting dalam tiap program CSR yakni *continuity*, *community empowerment*, dan *two way communication* [Prihanto, 2018]. Yang pertama adalah sifat *continuity* atau berkelanjutan. Hal ini dapat dipastikan dengan cara menetapkan tujuan jangka pendek, menengah, serta panjang yang direncanakan sesuai kemampuan perusahaan. Dengan demikian pendanaan, perencanaan kegiatan, dan monitoring terjadi sesuai siklusnya. Yang kedua adalah *community empowerment*. Target CSR adalah masyarakat dan tujuannya adalah meningkat keberdayaan mereka. Karena tujuannya adalah membuat masyarakat berdaya dan lebih baik dari kondisi sebelumnya maka program harus ditargetkan pada bentuk kegiatan yang mampu menghasilkan *outcome* (dampak, manfaat, perubahan, efek jangka panjang) yang mengembangkan masyarakat baik dari sisi kesejahteraan, kesehatan, keamanan, ataupun kenyamanan. Berdasarkan penelitian CSR PT Pertamina EP di Field Sanga-Sanga, dilakukan dengan basis pengembangan perekonomian yang mandiri karena telah terlaksana secara proporsional secara manfaat, kesesuaian, keberlanjutan dan dampak yang dihasilkan [Pranoto and Yusuf, 2014].

Penelitian ini berhasil membuktikan keberhasilan pemberdayaan masyarakat melalui sebuah program CSR. Unsur terakhir adalah *two way communication*. Unsur ini menuntut agar program CSR melibatkan kedua belah pihak untuk selalu aktif dan positif. Baik perusahaan penyelenggara maupun masyarakat yang ditargetkan, sama-sama perlu memiliki kemampuan untuk saling memahami dan menjalankan kegiatan yang dirancang. Perusahaan mampu memahami kebutuhan masyarakat dengan cara menyerap aspirasi, sehingga dapat memenuhinya sesuai karakteristik dan budaya yang berlaku. Di lain pihak, masyarakat pun perlu mampu memahami niat baik perusahaan serta keterbatasan yang dimiliki perusahaan dengan cara membuka diri dan berpikiran positif terhadap niat perusahaan. Jika semua ini didasari pada *goodwill* (niat baik) dan keterbukaan dari kedua belah pihak maka keadaan saling memahami tercipta dan komunikasi akan berjalan dua arah.

CSR adalah bagian dari strategi bisnis, oleh karena itu perlu adanya pengukuran hasil agar tetap patuh pada tata kelola perusahaan yang baik atau yang dikenal dengan istilah *Good Corporate Governance* (GCG), apalagi jika perusahaan merupakan perusahaan publik. Bervariasinya standard CSR yang ada di dunia, membuat International Organization for Standardization (ISO) menyusun standar untuk CSR dengan identifikasi ISO 26000. Di Indonesia sendiri, beberapa ikatan profesi seperti the Association of Chartered Certified Accountant, Ikatan Akuntan Indonesia, Institut Akuntan Manajemen Indonesia, Indonesian-Netherlands Association, National Committee on Governance, Forum for Corporate Governance in Indonesia, Asosiasi Emiten Indonesia, dan Kementerian Lingkungan Hidup membentuk pusat pelaporan nasional dengan nama NCSR (National Center for Sustainability Reporting) di tahun 2005 untuk membentuk konsep pelaporan berkelanjutan dan meluncurkannya di tahun 2013. Tahun 2009 diluncurkan pula SRI Index (Sustainable Responsible Investment Index) yang menjadi indikator pergerakan harga saham di Bursa Efek Indonesia (BEI). Indeks ini diluncurkan oleh Yayasan Keanekaragaman Hayati Indonesia (KEHATI) bekerja sama dengan PT BEI, dan menjadi *benchmark* bagi investor ataupun manajer investasi dalam menentukan perusahaan publik mana yang memiliki kinerja baik dalam menjalankan usahanya dari sisi tata kelola finansial, sosial, sekaligus lingkungan secara berkelanjutan [Urip, 2014]. Indeks SRI-KEHATI ini menggunakan prinsip kepedulian

terhadap lingkungan, keterlibatan dengan masyarakat, GCG, menjunjung hak asasi manusia, sikap bisnis dan ketenagakerjaan sebagai tolok ukurnya [Sharma, 2013].

Negara sebagai otoritas tertinggi di sebuah negara, perlu mampu mengadakan pengawasan terhadap sepaik terjang perusahaan-perusahaan yang beraktivitas di wilayahnya. Hal ini dimungkinkan dengan adanya sistem pelaporan yang terstandar. Kewajiban melapor tertera di beberapa perundangan yaitu UU No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas, UU No. 25 tentang investasi, dan Keputusan Kepala Badan Penanaman Modal No. 134/BL/2006 tentang kewajiban perusahaan publik untuk melaporkan kegiatannya dalam bentuk laporan tahunan. Dengan demikian, banyak sudah peraturan yang mengharuskan perusahaan menjalankan kegiatan CSR beserta pelaporan resminya sebagai tolok ukur investasi. Melalui mekanisme ini maka salah satu manfaat CSR dapat dicapai, yaitu bahwa praktik CSR yang baik akan mencegah malpraktik bisnis (*corporate misconduct*) [Prihanto, 2018]. Upaya ini adalah usaha memantau dengan lebih dekat kegiatan perusahaan.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada studi ini adalah kualitatif yang memfokuskan diri pada kegiatan PMMB di PT Jasa Marga (Persero). Data diperoleh dari berbagai data sekunder termasuk laporan tahunan yang terpublikasi, baik laporan tahunan (*annual report*) maupun laporan keberlanjutan (*sustainability report*), kajian-kajian teoritis dan penelitian-penelitian tentang CSR. Kajian melalui data sekunder juga dilakukan untuk menggali karakteristik CSR. Data primer adalah hasil upaya menggali kegiatan PMMB itu sendiri dari sisi PT Jasa Marga (Persero). Pengumpulan data ini dilakukan melalui dua cara yaitu observasi dan wawancara. Lingkup data yang diambil adalah apa landasan utama pengadaan program PMMB di PT Jasa Marga (Persero).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Regulasi

Pelaksanaan kegiatan CSR menurut UU No. 47 tahun 2012, harus direncanakan dan disetujui melalui mekanisme perseroan yakni melalui dewan komisaris dan RUPS (pasal 4) dan sesuai dengan kepatuhan dan kewajaran (pasal 5) serta dimasukkan dalam laporan tahunan (pasal 6) [Republik Indonesia, 2012]. Peran serta perseroan dalam

kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan akan mendapat penghargaan dari instansi yang berwenang (pasal 8), namun sebaliknya, kegagalan untuk melaksanakannya akan mendapat sanksi (pasal 7) [Republik Indonesia, 2012]. Dari pernyataan dalam peraturan tersebut, jelas bahwa kegiatan CSR adalah wajib dan telah diatur dalam peraturan perundang undangan di Republik Indonesia. Hal ini sejalan dengan tentang CSR *disclosure* yang menyimpulkan bahwa ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional, kepemilikan asing dan kepemilikan manajerial tidak memiliki pengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure* [Putra, 2019]. Ukuran perusahaan dan profitabilitasnya yang akan mempengaruhi *corporate social responsibility disclosure*-nya. BUMN sebagai aparat pemerintah, membuktikan bahwa mereka juga terikat pada UU No. 40 dan PP No. 47 diatas apapun ukuran perusahaan, profitabilitas, maupun kepemilikannya. Undang-undang ini kemudian diperkuat dengan peraturan menteri BUMN No. PER-09/MBU/07/2015 jo PER-03/MBU/12/2016 jo PER-02/MBU/7/2017 tentang pendanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Badan Usaha Milik Negara. Dengan demikian kegiatan CSR yang sebelumnya terkesan berorientasi pemasaran dan filantropi strategis [Sarma, 2013], sejak tahun 2012, mulai terlihat mengarah pada upaya berkelanjutan dan bersifat pemberdayaan masyarakat. Itulah sebabnya mengapa penelitian Chambers hanya dapat melihat bahwa Indonesia berada di peringkat terbawah disegala premisnya [Chambers, 2003].

Di Indonesia sistem pelaporan belum tertata dengan baik. Retnaningsih menjelaskan bahwa ternyata konsep CSR yang sudah baik belum secara maksimal dijalankan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia [Retnaningsih, 2015]. Sistem dan standard masih perlu ditingkatkan agar proses evaluasi CSR perusahaan oleh pihak negara dapat dijalankan oleh pemerintah dan DPR. Sayang sekali bahwa pelaporan dan evaluasi masih kurang tersistemasi. Jika pelaporan dan evaluasinya ada dan tersistem maka sudah dapat dinilai apakah CSR yang dilakukan berupa kegiatan berkelanjutan. Hasil tersebut penting untuk menentukan apakah komitmen perusahaan harus ditingkatkan dan apakah kesadaran masyarakat akan pentingnya program tersebut perlu pula ditingkatkan. Ketika keduanya berjalan sejajar, maka kemitraan antara kedua pihak akan terjadi. Pada saat kesejajaran itula di satu sisi citra perusahaan akan positif dan di sisi lain, masyarakat akan menjadi lebih sejahtera.

3.2. Core Subjects (Pokok Utama)

Kementerian BUMN menginisiasi terbentuknya sebuah forum dengan nama Forum Human Capital Indonesia (FHCI) yang terdiri dari manajemen human capital (sumber daya manusia) di lingkungan BUMN. Sinergi ini berbentuk kerja bersama untuk meningkatkan kualitas dan kompetensi sumber daya manusia Indonesia sesuai program pemerintah yang diinginkan oleh Presiden Joko Widodo. Melalui kerjasama ini, FHCI dan BUMN berniat untuk mencetak SDM yang benar-benar unggul, berdaya saing global, dan berjiwa entrepreneur sesuai kebutuhan BUMN melalui pemberian kesempatan pemagangan di lingkungan semua perusahaannya. Program yang dihasilkan bernama Program Magang Mahasiswa Bersertifikat (PMMB). FHCI sebagai koordinatonya, mengajak semua BUMN dan perguruan tinggi (baik vokasi maupun umum) diseluruh pelosok negeri untuk ikut serta dan bersama-sama meningkatkan kompetensi tenaga pekerja muda harapan bangsa.

FHCI membuka kesempatan pada mahasiswa tingkat akhir dengan IPK < 2,75 untuk mengajukan diri sebagai tenaga magang selama 6 bulan di BUMN terdekat dengan lokasi sekolahnya. Mahasiswa yang berminat akan diseleksi berdasarkan profil dan latar belakang pendidikannya oleh divisi Human Capital masing-masing BUMN. Yang lolos seleksi akan ditempatkan di berbagai lokasi kerja, dan pada akhir magang, mahasiswa diberikan kesempatan untuk mengikuti uji kompetensi Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) terekomendasi oleh Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP). Pengalaman magang selama enam bulan yang bersertifikat BUMN, disertai sebuah sertifikasi kompetensi yang sesuai dengan bidang studinya, diharapkan dapat membuat para tenaga muda ini siap terjun dan siap pakai.

Di lingkungan BUMN, program PMMB pada akhir tahun 2019 sudah masuk ke dalam *batch* (gelombang) ke 3. *Batch* 1 dan 2 sudah selesai dan *batch* 3 sedang berlangsung. Secara umum ditingkat FHCI, sudah tercatat 8441 mahasiswa yang magangnya tersebar di 144 lokasi kerja BUMN di 35 provinsi. Untuk tahun berikut, yaitu sampai akhir 2020, FHCI menargetkan 21.000 mahasiswa. Mengutip temuan kementerian BUMN dibulan Desember 2019, jumlah BUMN mencapai 142 lembaga. Jika dibandingkan dengan data jumlah mahasiswa magang dari FHCI sebanyak 8.441 sampai akhir 2019, maka rata-rata BUMN telah menampung 59 mahasiswa selama 3 tahun atau sekitar 19 per tahun. Hitungan rata-rata ini tidak mencerminkan pemerataan

ke semua BUMN namun terbilang cukup banyak bagi perusahaan yang fokusnya adalah mencari keuntungan sekaligus memberi pelayanan pada masyarakat. Jumlah ini menurut rencana FHCI akan ditingkatkan dua kali lipat diakhir 2020. Ini adalah suatu bukti nyata bahwa BUMN bersama FHCI berkomitmen untuk menyisihkan waktu, tenaga dan dana untuk ikut membina kader bangsa dengan memberi kesempatan mengasah keterampilan di lembaga-lembaga yang tersebar di seluruh pelosok negeri.

Tujuh *core subjects* (pokok utama) dalam program CSR, yang menjadi tolok ukur dalam ISO 26000, sudah mencakup ke 10 publik organisasi [Jefkins and Yadin, 1998]. Kesepuluh publik tersebut adalah: 1). Masyarakat luas. 2). Calon pegawai atau anggota. 3). Pegawai atau anggota. 4). Pemasok jasa dan barang. 5). Investor. 6). Distributor. 7). Konsumen dan pemakai produk. 8). *Opinion leader*. 9). Serikat pekerja. 10). Media massa. Kegiatan PT Jasa Marga (Persero) untuk bidang pendidikan tergolong pada core subject nomor 7 yakni *community involvement* (keterlibatan dan pengembangan masyarakat). Kegiatan PMMB memiliki tujuan untuk memperbaiki hubungan dengan stakeholder, dalam hal ini adalah calon pegawai dan masyarakat dunia pendidikan. Sifat kegiatannyapun bukan berupa filantropi, atau bantuan sesaat, atau charity namun berupa program berkesinambungan bagi perguruan tinggi maupun perusahaan. Dari sisi 3Ps Elkington, kegiatan PMMB adalah kegiatan yang melibatkan *people*. Dengan memberi kesempatan mengasah kesiapan calon tenaga kerja muda, PT Jasa Marga (Persero) telah mengusung unsur *external people* dalam tanggung jawab sosialnya.

3.3. Manfaat

CSR, khususnya dari jenis kegiatan pendidikan yang dilakukan PT Jasa Marga (Persero) bermanfaat bagi masyarakat karena mampu menciptakan kesempatan untuk bekerja, berlatih, dan menggali pengalaman. Bagi masyarakat di sekeliling perusahaan, kesempatan tersebut menarik. Bagi mereka yang hampir selesai atau baru selesai sekolah, perusahaan memberikan kesempatan untuk mendapatkan pelatihan kerja. Bagi yang lain, merupakan kesempatan untuk mendapat keahlian dan keterampilan profesional dari orang-orang berpengalaman, yang tidak dimiliki sebelumnya.

Kegiatan PMMB di PT Jasa Marga (Persero) menjawab ke tiga unsur CSR yakni *continuity*, *community empowerment*, dan *two-way communication* [Prihanto, 2018]. Hal ini terlihat dari data primer bahwa kegiatan ini sudah berjalan sebanyak tiga *batch*

sejak 2018 seiring kesepakatan FHCI. Walaupun PT Jasa Marga (Persero) menjalankannya berdasarkan amanat pemilik yakni pemerintah, namun telah dijalankan secara konsisten dan berkelanjutan selama tiga tahun berturut-turut dan melibatkan seluruh lini perusahaan. Kegiatan besar ini adalah kegiatan strategis yang melibatkan perencanaan dan sumberdaya. Dari sisi *community empowerment*, terlihat dari respons dan pengalaman yang diperoleh dari mahasiswa yang magang maupun perguruan tinggi yang berpartisipasi. Mahasiswa mengakhiri program dengan membawa sertifikasi kompetensi yang menjadi bekal bernilai tinggi bagi mahasiswa sebagai bukti kesiapannya, juga bagi perguruan tinggi sebagai nilai keberhasilan peserta didiknya. Dengan kesempatan tersebut, ada bagian dari kelompok masyarakat yang telah dibuat berdaya oleh PT Jasa Marga (Persero).

Program diisi dengan kegiatan *two-way communication* sejak awal sampai akhir disetiap *batch*. FHCI mengadakan proses *link & match* sebagai bentuk menjadi komunikasi dan menangkap aspirasi dan kebutuhan publiknya yakni perguruan tinggi dan mahasiswa. Kemudian disusunlah kegiatan pembagian ke BUMN yang cocok termasuk ke PT Jasa Marga (Persero). Kegiatan besar, yang memakan sumber daya dilakukan selama tiga tahun berturut-turut. Ini menandakan terjadinya hubungan timbal balik dengan publik.

3.4. Pelaporan

Standar GRI adalah rujukan yang dikeluarkan oleh Global Sustainability Standards Board (GSBB), sebuah lembaga yang dibentuk oleh Global Reporting Initiative (GRI) untuk menangani pengembangan standar laporan keberlanjutan (*sustainability report* 2018). Pedoman GRI merekomendasikan bahwa pelaporan menggunakan pihak ke tiga sebagai pihak independen, namun hal ini belum dilaksanakan untuk SR 18. Walaupun demikian, pelaporan SR telah diterbitkan dengan berpedoman pada empat prinsip GRI yakni *stakeholder*, *materiality*, *sustainability* dan *completeness*.

Kegiatan CSR di Jasa Marga (Persero) ditelusuri melalui laporan tahunan terpublikasi (*published annual report*) antara lain untuk tahun 2007, 2012, dan 2017. Penelusuran mendapatkan data bahwa CSR di bidang pendidikan berada dalam Program Kemitraan dan Bina Lingkungan atau PKBL (Laporan Tahunan 2007). Bentuk kegiatannya adalah pemberian beasiswa kepada siswa-siswa yang berada di sekitar jalan

tol, dan kerjasama dengan Politeknik Negeri Jakarta, Universitas Indonesia melalui pembukaan prodi Jalan Tol sebagai kelanjutan inisiasi sejak tahun 2002. Program CSR menjadi semakin beragam dengan jalannya waktu (Laporan Tahunan 2012). Selain beasiswa, diadakan juga program pelatihan berlalulintas yang baik bagi para siswa, renovasi gedung sekolah, dan bantuan sarana dan prasarana belajar diberbagai sekolah. Kegiatan CSR tahun 2018 dibidang pendidikan bertambah luas (SR 2018). Jasa Marga menyelenggarakan berbagai program CSR, yakni Mudik Guyub Rukun 2018, Festival Jalan Tol, BUMN Hadir untuk Negeri (BHUN), Fun Rally Tahun 2018, Tembus Trans Jawa, Siswa Mengenal Nusantara, Balai Ekonomi Desa, dan HUT BUMN Bersama.

Untuk tahun 2018, sayangnya laporan tahunan belum terpublikasi, sehingga batch pertama PMMB yang berlangsung diakhir 2018 belum teridentifikasi dalam laporan. Dari sisi lain, perusahaan sudah secara rutin mempublikasikan *Sustainability Report* (SR) atau Laporan Keberlanjutan sejak edisi SR 2013. *Sustainability report* diterbitkan sesuai aturan dari Jasa Keuangan (OJK) No. 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik, serta Standard GRI (GRI Standards). Dalam SR 2018 pun PMMB belum teridentifikasi. Walau demikian, Asian Sustainability Rating (ASR) Reporting menyimpulkan bahwa walau ada kekosongan tentang pelaporan terhadap kegiatan yang terkait lingkungan, keterlibatan dengan pelanggan, pemasok dan pegawai, namun perusahaan-perusahaan Indonesia ternyata berada pada posisi kedua dalam indikator-indikator investasi dalam masyarakat [Sherma, 2013]. Artinya, PMMB dalam program BHUN walaupun tidak tercantum dalam pelaporan telah mengacu pada suatu sikap tanggungjawab sosial pada masyarakat.

4. Kesimpulan

Program PMMB adalah sebuah program yang perencanaanya mengacu pada karakteristik CSR dilihat dari tiga sisi karakteristiknya yaitu regulasi, *core subject*, dan manfaat. Akan tetapi, dari karakteristik ke empat yaitu pelaporan, program ini belum teridentifikasi. Apa yang dituangkan dalam laporan tahunan setelah UU No.47/2012 keluar, mencerminkan bahwa PT Jasa Marga (Persero) melakukan tanggung jawab sosialnya kepada berbagai *stakeholder* termasuk masyarakat untuk bidang pendidikan. Namun, secara spesifik, kegiatan PMMB yang terjadi mulai ditahun 2018 belum

teridentifikasi. Secara nyata, apa yang distipulasi dalam UU No. 40 tahun 2007 dan UU No. 47 tahun 2012 telah diimplementasikan dalam bentuk PMMB karena program telah dirancang secara *top down* dan memperlihatkan komitmen dan kolaborasi dari pimpinan, Human Capital Division dan Corporate Communication Division dan Divisi keuangan. Terlihat dari kegiatan nyata tiga tahun terakhir, bahwa upaya menampung belasan mahasiswa selama tiga *batch* menandakan sebuah komitmen yang kuat dari pihak PT Jasa Marga (Persero) pada upaya memberdayakan masyarakat sekeliling dan membantu tenaga kerja muda yang siap pakai. Kegiatan strategis dan berkelanjutan ini merupakan ciri khas yang kuat dari sebuah kegiatan CSR. Kegiatan PMMB terlihat sebagai usaha memberdayakan dan mengembangkan stakeholder calon pegawai dan masyarakat komunitas pendidikan. Manfaat kegiatan PMMB dirasakan oleh banyak sekolah tinggi/universitas dan mahasiswa tahun terakhirnya sebagai kegiatan membuka diri untuk melatih calon pekerja yang siap pakai. Komitmen untuk memberdayakan calon tenaga kerja dengan menangkap kebutuhan pendidikan tinggi akan kerjasama dengan dunia industri jelas terakomodasikan. Kegiatan PMMB bukan sekedar kegiatan yang trending atau instan saja tetapi terstruktur sampai dengan mengharuskan peserta magang menjalankan sertifikasi kompetensi atas biaya perusahaan. PMMB mencerminkan kecondongan dan komitmen PT Jasa Marga (persero) dalam melakukan kegiatan CSR yang sudah lebih murni sebagai tanggung jawab sosial. Hal ini sesuai dengan dorongan yang mendasari program CSR masa kini yaitu dorongan nilai karena menawarkan cara-cara berpikir dan bersikap baru. CSR berbentuk PMMB ini mendukung pernyataan sebelumnya bahwa CSR sekarang sudah bergeser dari “bagus untuk dijalankan” (*nice-to-do*) menjadi “bagus dalam mengerjakan yang baik” (*doing-well-by-doing-good*) [Camilleri, 2017).

Referensi

- Camilleri, M.A. 2017. The Corporate Social Responsibility Notion In Corporate Sustainability, Social Responsibility and Environmental Management (pp. 3-26). Cham, Switzerland: Springer Nature.
- Chambers E., Chapple W., Moon J., Sullivan M. Januari 2003 CSR in Asia: A Seven Country Study of CSR Website Reporting. https://www.researchgate.net/publication/241092185_CSR_in_Asia_A_seven_country_study_of_CSR_website_reporting.

- Cutlip SM., Center AH., Broom, GM. 2006. *Effective Public Relations – Edisi kesembilan*. Penerjemah Tri Wibowo BS. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Hamdan.T. 2019. Erick Tohir Buka Peluang Pangkas Jumlah BUMN Detik Finance, 02 Desember 2019.
- Iriantara Y. 2013. *Community Relations – Konsep dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jefkins. F, Yadin.D. 1998. *Public Relations edisi 5* Penerjemah Haris Munandar. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Pranoto, AR dan Yusuf.D. 2014. Program CSR Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Menuju Kemandirian Ekonomi Pasca Tambang di Desa Sarijaya. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. ISSN 1410-4946. Vol.18(No.1).
- Prihanto H. 2018. *Etika Bisnis & Profesi – Sebuah Pencarian*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Putra, AS. 2019. Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Administrasi Perkantoran Bina Insani*. Vol 7. No.2. 161-172.
- Republik Indonesia. 2012. Undang-Undang No. 47 tentang Tanggung Jawab Sosial dan lingkungan Perseroan Terbatas.
- Republik Indonesia. 2017. Permen BUMN 02/MBU/2017 tentang Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan.
- Republik Indonesia. 2017. Undang-Undang No. 40 tentang Perseroan Terbatas.
- Retnaningsih, H. 2015 Permasalahan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat. *Aspirasi, Journal Masalah-masalah Sosial*. Vol 8. No.2 177-188
- Rogovsky, N. 30 August 2016 Corporate Community Involvement programmes: Partnerships for Jobs and Development. <http://www.ilo.org/inst>. <https://www.researchgate.net/publication/228503872>.
- Seitel FP. 2014. *Praktik Public Relations – Edisi keduabelas*, Penerjemah Shinta Puspita Sari. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2015.
- Sharma B. 2013. *Contextualising CSR in Asia: Corporate Social Responsibility in Asian Economies*. Lien Centre for Social Innovation. Singapore.
- Urip S. 2014. *Strategi CSR Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Tangerang: Aliterati Imprint.
- <http://bumn.go.id/>
- <https://www.jasamarga.com/>
- <https://pmmb.fhcibumn.com/>