



CSR SEBAGAI STRATEGI MITIGASI KONFLIK SOSIAL: STUDI KASUS PADA PT CHEVRON PACIFIC INDONESIA

Aulia Intan Fadilla

Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas
Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

Ersi Sisdianto

Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas
Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

Alamat: Jl. Letnan Kolonel H Jl. Endro Suratmin, Sukarama, Kec. Sukarama, Kota Bandar
Lampung, Lampung 35131

Korespondensi penulis: auliaintanfadila@gmail.com

Abstrak. *This research aims to analyse the role of Corporate Social Responsibility (CSR) in mitigating social conflict at PT Chevron Pacific Indonesia. Through a qualitative approach with a desk study, this research identifies various CSR programmes implemented by the company and their impact on local communities. The results show that inclusive CSR programmes, such as education, health, and skills training, have successfully improved the quality of life of the community and strengthened social capital. The active involvement of communities in programme planning and implementation is key to the success of these CSR initiatives. However, there are challenges in terms of community participation that need to be addressed through better feedback mechanisms. This research concludes that CSR is not only an ethical or legal obligation, but also an important strategy to create harmonious relationships between companies and communities, and support the sustainability of future operations.*

Keywords: *Corporate Social Responsibility, conflict mitigation, community empowerment.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam mitigasi konflik sosial di PT Chevron Pacific Indonesia. Melalui pendekatan kualitatif dengan studi pustaka, penelitian ini mengidentifikasi berbagai program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan dan dampaknya terhadap masyarakat lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program-program CSR yang inklusif, seperti pendidikan, kesehatan, dan pelatihan keterampilan, telah berhasil meningkatkan kualitas hidup masyarakat serta memperkuat modal sosial. Keterlibatan aktif masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan program menjadi kunci keberhasilan inisiatif CSR ini. Namun, terdapat tantangan dalam hal partisipasi masyarakat yang perlu diatasi melalui mekanisme umpan balik yang lebih baik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa CSR bukan hanya kewajiban etis atau hukum, tetapi juga strategi penting untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan komunitas, serta mendukung keberlanjutan operasional di masa depan.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility, mitigasi konflik, pemberdayaan masyarakat.

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi topik yang semakin relevan dalam konteks bisnis modern, terutama di negara-negara berkembang seperti Indonesia. CSR tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan citra perusahaan, tetapi juga sebagai strategi mitigasi konflik sosial yang dapat timbul akibat operasi perusahaan di masyarakat (Anis, 2021). Penelitian ini berfokus pada PT Chevron Pacific Indonesia, yang telah beroperasi di Indonesia selama hampir 80 tahun dan memiliki pengaruh signifikan terhadap masyarakat di sekitarnya. Sejak diperkenalkan pada tahun 1970-an, CSR telah berkembang menjadi suatu komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk bertindak secara etis dan memberikan kontribusi positif kepada masyarakat. Dalam konteks PT Chevron Pacific Indonesia, CSR mencakup berbagai program yang dirancang untuk meningkatkan kualitas hidup

masyarakat, termasuk pendidikan, kesehatan, dan pengembangan ekonomi lokal (Ardi Cahya, 2022).

Dengan demikian, CSR menjadi bagian integral dari strategi bisnis yang lebih luas, di mana perusahaan tidak hanya berfokus pada profitabilitas tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas mereka. Di Indonesia, keberadaan UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menegaskan bahwa setiap perusahaan wajib melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Hal ini menciptakan kerangka hukum yang mendorong perusahaan untuk lebih proaktif dalam melibatkan diri dengan komunitas lokal (Arifin et al., 2025).

PT Chevron Pacific Indonesia memahami bahwa keberlanjutan operasional mereka sangat bergantung pada dukungan masyarakat sekitar, sehingga implementasi CSR menjadi krusial untuk membangun hubungan yang harmonis dengan komunitas. Program-program CSR yang dijalankan oleh PT Chevron mencakup berbagai aspek, mulai dari pembangunan infrastruktur pendidikan hingga program pemberdayaan masyarakat. Misalnya, perusahaan telah menyediakan beasiswa bagi siswa berprestasi dan mendukung pembangunan fasilitas pendidikan di daerah operasionalnya (Ayodya et al., 2024).

Hal ini tidak hanya membantu meningkatkan akses pendidikan tetapi juga memperkuat hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Dalam konteks konflik sosial, CSR dapat berfungsi sebagai jembatan untuk meredakan ketegangan antara perusahaan dan komunitas. Ketika masyarakat merasa diperhatikan dan mendapatkan manfaat dari kehadiran perusahaan, kemungkinan terjadinya konflik dapat diminimalkan (Cristofel & Kurniawati, 2021).

Namun, penting untuk mengevaluasi efektivitas program-program CSR ini agar dapat memastikan bahwa mereka benar-benar memberikan dampak positif bagi masyarakat. Keberhasilan implementasi CSR PT Chevron Pacific Indonesia juga dapat dilihat dari peningkatan citra perusahaan di mata publik. Masyarakat cenderung memiliki persepsi positif terhadap perusahaan yang aktif dalam kegiatan sosial dan lingkungan (Dewi et al., 2019).

Dengan demikian, CSR bukan hanya sekadar kewajiban hukum tetapi juga merupakan investasi strategis bagi perusahaan dalam membangun reputasi dan kepercayaan publik. Namun demikian, tantangan tetap ada. Beberapa program CSR mungkin tidak selalu sesuai dengan harapan masyarakat lokal. Oleh karena itu, penting bagi PT Chevron untuk melakukan dialog terbuka dengan komunitas agar dapat memahami kebutuhan dan harapan mereka secara lebih baik (Dhamayanti, 2021).

Pendekatan partisipatif dalam perencanaan dan pelaksanaan program CSR akan membantu memastikan bahwa inisiatif tersebut relevan dan berdampak positif. Secara keseluruhan, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana PT Chevron Pacific Indonesia menggunakan CSR sebagai strategi mitigasi konflik sosial. Dengan memahami dinamika antara perusahaan dan masyarakat melalui lensa CSR, diharapkan dapat ditemukan model-model baru yang lebih efektif dalam membangun hubungan harmonis antara keduanya (Dharmariza et al., 2020).

Penelitian ini juga akan memberikan wawasan tentang praktik terbaik dalam implementasi CSR yang dapat diterapkan oleh perusahaan lain di sektor yang sama. Melalui pendekatan ini, diharapkan PT Chevron tidak hanya dapat mempertahankan lisensi sosial mereka untuk beroperasi tetapi juga berkontribusi secara signifikan terhadap pembangunan ekonomi dan sosial di daerah sekitar operasional mereka. Dengan demikian, CSR dapat menjadi alat penting dalam menciptakan keseimbangan antara kepentingan bisnis dan kesejahteraan masyarakat (Ghai, 2024).

KAJIAN TEORI

A. Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan konsep yang menekankan komitmen perusahaan untuk beroperasi secara etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi, sekaligus meningkatkan kualitas hidup masyarakat di sekitarnya (Octaviana, 2022). CSR mencakup berbagai inisiatif yang dirancang untuk mengurangi dampak negatif dari aktivitas bisnis terhadap lingkungan dan masyarakat. Dalam konteks Indonesia, di mana banyak perusahaan beroperasi di komunitas lokal, CSR menjadi alat krusial untuk membangun hubungan yang harmonis dan mengurangi potensi konflik sosial yang mungkin timbul akibat aktivitas perusahaan (Halkis, 2014).

Secara etimologis, istilah "Corporate Social Responsibility" terdiri dari tiga kata kunci: "Corporate" yang berarti perusahaan, "Social" yang merujuk pada aspek sosial, dan "Responsibility" yang berarti tanggung jawab. Dengan demikian, CSR dapat dipahami sebagai tanggung jawab sosial perusahaan terhadap semua pemangku kepentingan, termasuk karyawan, konsumen, pemerintah, dan masyarakat luas (Pramurindra et al., 2021). Tanggung jawab ini bersifat wajib dan mencakup berbagai kegiatan seperti pemberian beasiswa, dukungan terhadap pengembangan infrastruktur, serta program-program yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Implementasi CSR tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat tetapi juga bagi perusahaan itu sendiri (ILO, 2020).

Dengan melaksanakan program-program CSR yang efektif, perusahaan dapat meningkatkan citra dan reputasinya di mata publik, serta membangun kepercayaan dengan komunitas lokal. Hal ini penting untuk memastikan kelangsungan operasional perusahaan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, CSR bukan hanya sekadar kewajiban hukum, tetapi juga merupakan strategi bisnis yang cerdas untuk mencapai keberlanjutan dan kesejahteraan bersama (Khovivah et al., 2024).

B. Teori CSR dan Konflik Sosial

Teori Corporate Social Responsibility (CSR) menekankan bahwa perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial dapat mengurangi risiko konflik dengan masyarakat. Dalam konteks ini, CSR bukan hanya sekadar kewajiban moral, tetapi juga merupakan strategi yang dapat membantu perusahaan dalam membangun hubungan yang harmonis dengan komunitas lokal (Pramurindra et al., 2021). Menurut Carroll's CSR Pyramid, tanggung jawab sosial perusahaan terdiri dari empat tingkatan: tanggung jawab ekonomi, hukum, etika, dan filantropi. Dengan memenuhi semua tingkatan tanggung jawab ini, perusahaan tidak hanya mendapatkan legitimasi dari masyarakat, tetapi juga menciptakan lingkungan yang kondusif untuk operasi mereka (Mahmud, 2019).

Dalam praktiknya, CSR berfungsi sebagai jembatan untuk mengatasi konflik yang muncul antara perusahaan dan masyarakat. Ketika perusahaan melaksanakan program-program CSR yang efektif, mereka dapat mengelola dan mereduksi kesenjangan serta dampak sosial negatif dari aktivitas bisnis mereka. Hal ini sangat penting di Indonesia, di mana intensitas konflik antara korporasi dan komunitas lokal seringkali meningkat akibat berbagai faktor, termasuk pencemaran lingkungan dan ketidakpuasan terhadap perlakuan perusahaan. Dengan demikian, CSR menjadi alat strategis dalam penyelesaian konflik sosial, karena dapat memperkuat modal sosial dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan (Muhammad et al., 2018).

Lebih lanjut, teori CSR juga menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi program-program CSR dapat berkontribusi pada terciptanya "positive peace" di antara perusahaan dan komunitas lokal. Hal ini berarti bahwa CSR tidak hanya berfungsi untuk meredakan konflik yang

ada tetapi juga untuk membangun kerjasama yang lebih kolaboratif di masa depan. Dengan membangun keterbukaan dan komunikasi yang baik antara perusahaan dan masyarakat, CSR dapat membantu menciptakan kondisi yang lebih stabil dan harmonis bagi semua pihak yang terlibat (Octaviana, 2022).

C. Peran CSR dalam Mitigasi Konflik

Corporate Social Responsibility (CSR) berfungsi sebagai strategi mitigasi konflik sosial dengan cara mengurangi ketidakpuasan masyarakat terhadap perusahaan. Dalam banyak kasus, ketidakpuasan ini muncul akibat dampak negatif dari aktivitas perusahaan, seperti pencemaran lingkungan atau kurangnya perhatian terhadap kebutuhan masyarakat lokal (Prasetyo & Tsuroyya, 2023). Dengan melaksanakan program-program CSR yang relevan dan bermanfaat, perusahaan dapat menunjukkan komitmennya untuk memperhatikan kesejahteraan masyarakat. Hal ini tidak hanya membantu meredakan ketegangan tetapi juga membangun citra positif perusahaan di mata publik. Program-program CSR yang inklusif memiliki potensi untuk menciptakan dialog yang konstruktif antara perusahaan dan komunitas (Pratiwi, 2021).

Melalui keterlibatan aktif masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan program, perusahaan dapat lebih memahami kebutuhan dan harapan masyarakat. Dialog ini memungkinkan pemecahan masalah secara kolaboratif, di mana kedua belah pihak dapat bekerja sama untuk menemukan solusi yang saling menguntungkan (Purwanti et al., 2024). Dengan demikian, CSR berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan perusahaan dengan komunitas, mengurangi kesenjangan informasi, dan meningkatkan transparansi. Selain itu, pendekatan CSR yang efektif sejalan dengan pandangan bahwa konflik dapat dikelola melalui komunikasi yang baik dan keterlibatan masyarakat dalam pengambilan keputusan (Radianti et al., 2021).

Ketika masyarakat merasa didengar dan diperhatikan, mereka lebih cenderung untuk mendukung kehadiran perusahaan di daerah mereka. Ini menciptakan iklim sosial yang lebih stabil dan harmonis, di mana potensi konflik dapat diminimalkan. Dengan demikian, CSR bukan hanya sekadar kewajiban etis bagi perusahaan, tetapi juga merupakan investasi strategis dalam menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan komunitas lokal (Widhagdha et al., 2019).

Pendekatan Manajemen Konflik

Manajemen konflik dalam konteks Corporate Social Responsibility (CSR) melibatkan berbagai pendekatan yang dapat digunakan untuk meredakan ketegangan antara perusahaan dan komunitas. Menurut Rahim (2001), terdapat beberapa gaya manajemen konflik, seperti integrasi, obligasi, dominasi, penghindaran, dan kompromi. Di antara gaya-gaya tersebut, gaya integrasi sangat relevan dalam konteks CSR karena mendorong kolaborasi untuk menemukan solusi yang saling menguntungkan bagi semua pihak. Dengan mengedepankan dialog terbuka dan partisipasi masyarakat, perusahaan dapat menciptakan lingkungan yang lebih harmonis dan mengurangi potensi konflik (Widiargun et al., 2024).

Pendekatan manajemen konflik yang efektif dalam CSR juga mencakup strategi proaktif, di mana perusahaan berusaha untuk mengidentifikasi potensi konflik sebelum mereka berkembang menjadi masalah yang lebih besar. Hal ini melibatkan komunikasi yang transparan dan keterlibatan aktif dari semua pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan. Dengan cara ini, perusahaan tidak hanya dapat mencegah terjadinya konflik tetapi juga membangun kepercayaan dan legitimasi di mata masyarakat. Keterlibatan masyarakat dalam program CSR memungkinkan mereka merasa memiliki bagian dalam keputusan yang diambil, sehingga mengurangi rasa ketidakpuasan (Zinaida, 2020).

Selain itu, penting untuk diingat bahwa tidak ada satu pendekatan tunggal yang dapat diterapkan untuk semua situasi konflik. Setiap konflik memiliki karakteristik unik yang memerlukan analisis mendalam untuk menentukan strategi manajemen yang paling sesuai. Oleh karena itu, perusahaan perlu fleksibel dalam pendekatannya dan siap untuk beradaptasi dengan dinamika yang ada. Dengan menerapkan prinsip-prinsip manajemen konflik secara efektif, CSR dapat berfungsi sebagai alat untuk menciptakan hubungan yang lebih baik antara perusahaan dan komunitas, serta memastikan keberlanjutan operasional di masa depan (Anis, 2021).

D. Community Development sebagai Bagian dari CSR

Community development (pengembangan masyarakat) merupakan salah satu aspek penting dari Corporate Social Responsibility (CSR) yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat lokal (Ardi Cahya, 2022). Dalam konteks PT Chevron Pacific Indonesia, program-program pengembangan komunitas tidak hanya berfokus pada peningkatan kualitas hidup masyarakat, tetapi juga berupaya memperkuat modal sosial yang diperlukan untuk mencegah konflik. Modal sosial ini mencakup elemen-elemen seperti kepercayaan, kolaborasi, dan jaringan sosial yang dapat mendukung keberlanjutan hubungan antara perusahaan dan komunitas. Dengan demikian, pengembangan masyarakat menjadi bagian integral dari strategi CSR yang lebih luas (Arifin et al., 2025).

Program-program pengembangan komunitas yang dijalankan oleh PT Chevron sering kali dirancang untuk memenuhi kebutuhan spesifik masyarakat setempat. Misalnya, inisiatif dalam bidang pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan ekonomi lokal bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Ayodya et al., 2024). Melalui pendekatan yang inklusif dan partisipatif, perusahaan dapat memastikan bahwa program-program tersebut relevan dan memberikan dampak positif yang nyata bagi masyarakat. Hal ini juga membantu membangun rasa memiliki di kalangan masyarakat terhadap program-program CSR yang dilaksanakan, sehingga meningkatkan dukungan mereka terhadap keberadaan perusahaan. Lebih jauh lagi, pengembangan masyarakat dalam kerangka CSR tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi masyarakat tetapi juga bagi perusahaan itu sendiri (Cristofel & Kurniawati, 2021).

Dengan menciptakan lingkungan yang kondusif melalui program-program pemberdayaan, perusahaan dapat mengurangi potensi konflik dan meningkatkan citra mereka di mata publik. Keberhasilan dalam melaksanakan program community development akan berkontribusi pada pencapaian "social license to operate," di mana dukungan masyarakat menjadi kunci bagi kelangsungan operasi perusahaan. Oleh karena itu, CSR dan pengembangan masyarakat harus dipandang sebagai dua sisi dari koin yang sama, di mana keduanya saling mendukung untuk mencapai tujuan keberlanjutan jangka panjang (Dewi et al., 2019).

E. Teori Modal Sosial

Modal sosial adalah konsep yang menjelaskan bagaimana hubungan antar individu dalam suatu komunitas dapat mempengaruhi kesejahteraan kolektif. Menurut Bourdieu (1983), modal sosial terdiri dari seperangkat sumber daya dan potensi yang terkait dalam jaringan sosial yang diakui bersama (Dhamayanti, 2021). Dalam konteks Corporate Social Responsibility (CSR), investasi dalam modal sosial melalui program-program pemberdayaan masyarakat dapat membantu mengurangi ketegangan sosial dan menciptakan lingkungan yang lebih stabil bagi operasi perusahaan. Modal sosial berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan perusahaan dengan komunitas, memungkinkan terjadinya kolaborasi yang saling menguntungkan (Dharmariza et al., 2020).

Modal sosial mencakup berbagai elemen, seperti kepercayaan, norma-norma, dan jaringan sosial yang mendukung interaksi antar individu dalam komunitas. Putnam et al. (1997) menekankan bahwa modal sosial dapat meningkatkan efisiensi dan inisiatif kolektif dalam organisasi sosial. Dalam konteks CSR, perusahaan yang aktif membangun modal sosial melalui program-program pengembangan masyarakat tidak hanya berkontribusi pada kesejahteraan lokal tetapi juga memperkuat posisi mereka di mata publik. Dengan membangun kepercayaan dan hubungan yang baik dengan masyarakat, perusahaan dapat mengurangi potensi konflik dan menciptakan iklim sosial yang lebih harmonis (Ghai, 2024).

Implementasi modal sosial dalam program CSR juga berfungsi untuk memperkuat kerjasama antara berbagai elemen masyarakat, termasuk perusahaan, pemerintah, dan lembaga-lembaga terkait (Halkis, 2014). Kerjasama ini penting untuk memastikan bahwa program CSR dapat berjalan dengan efektif dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Dengan memanfaatkan modal sosial, perusahaan dapat menciptakan jaringan dukungan yang kuat di tingkat lokal, sehingga meningkatkan keberlanjutan program-program CSR dan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pengambilan keputusan. Hal ini pada gilirannya akan berkontribusi pada keberhasilan jangka panjang dari inisiatif CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan (ILO, 2020).

F. Analisis Pemangku Kepentingan

Analisis pemangku kepentingan adalah pendekatan penting dalam memahami dinamika antara perusahaan dan komunitas lokal. Dengan mengidentifikasi dan memahami kebutuhan serta harapan berbagai pihak terkait, PT Chevron Pacific Indonesia dapat merancang program CSR yang lebih efektif dalam mengatasi potensi konflik (Khovivah et al., 2024). Pendekatan ini menekankan pentingnya keterlibatan semua pihak dalam proses pengambilan keputusan, sehingga perusahaan tidak hanya berfungsi sebagai penyedia sumber daya, tetapi juga sebagai mitra strategis bagi masyarakat. Dalam konteks ini, pemangku kepentingan mencakup karyawan, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, dan organisasi non-pemerintah yang memiliki kepentingan terhadap aktivitas perusahaan (Mahmud, 2019).

Melalui analisis pemangku kepentingan, PT Chevron Pacific Indonesia dapat lebih memahami dinamika sosial yang ada di komunitas tempat mereka beroperasi. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi isu-isu kritis yang mungkin menjadi sumber ketegangan atau konflik (Muhammad et al., 2018). Misalnya, dengan melibatkan masyarakat dalam dialog terbuka mengenai program-program CSR yang direncanakan, perusahaan dapat memastikan bahwa inisiatif tersebut relevan dan sesuai dengan harapan masyarakat. Selain itu, pendekatan ini juga membantu membangun kepercayaan antara perusahaan dan komunitas, yang sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang stabil dan harmonis. Implementasi analisis pemangku kepentingan dalam strategi CSR Chevron juga dapat meningkatkan efektivitas program-program yang dijalankan (Octaviana, 2022).

Dengan memahami perspektif dan kebutuhan setiap pemangku kepentingan, perusahaan dapat merancang inisiatif yang tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada masyarakat tetapi juga mendukung tujuan bisnis jangka panjang. Misalnya, program pemberdayaan ekonomi yang melibatkan pelatihan keterampilan bagi masyarakat lokal tidak hanya membantu meningkatkan taraf hidup mereka tetapi juga menciptakan tenaga kerja yang lebih terampil untuk mendukung operasi perusahaan. Dengan demikian, analisis pemangku kepentingan menjadi alat strategis yang krusial dalam memastikan keberlanjutan dan keberhasilan program CSR PT Chevron Pacific Indonesia (Pramurindra et al., 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka untuk menganalisis peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam mitigasi konflik sosial di PT Chevron Pacific Indonesia. Melalui pengumpulan dan analisis data sekunder dari berbagai sumber, termasuk artikel ilmiah, laporan tahunan perusahaan, dokumen kebijakan, dan publikasi terkait lainnya, penelitian ini bertujuan untuk memahami dinamika antara perusahaan dan komunitas lokal serta mengevaluasi efektivitas program-program CSR yang telah dilaksanakan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi mendalam mengenai konteks sosial, ekonomi, dan lingkungan yang mempengaruhi interaksi antara perusahaan dan masyarakat, serta untuk mengidentifikasi praktik terbaik dalam implementasi CSR yang dapat berkontribusi pada penyelesaian konflik sosial.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT Chevron Pacific Indonesia (CPI) telah mengimplementasikan program Corporate Social Responsibility (CSR) yang komprehensif dan terstruktur, dengan fokus utama pada pemberdayaan masyarakat dan pengembangan lingkungan. Program-program CSR yang dijalankan oleh CPI mencakup berbagai aspek, termasuk pendidikan, kesehatan, pelatihan kejuruan, dan pengembangan ekonomi lokal (Prasetyo & Tsuroyya, 2023). Melalui inisiatif ini, CPI tidak hanya berupaya untuk memenuhi tanggung jawab sosialnya tetapi juga berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan di daerah operasionalnya. Dengan lebih dari 80 tahun pengalaman beroperasi di Indonesia, CPI menyadari pentingnya hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar untuk menjaga kelangsungan bisnisnya (Pratiwi, 2021).

Salah satu temuan utama dalam penelitian ini adalah bahwa program CSR CPI dirancang untuk memenuhi kebutuhan spesifik masyarakat setempat (Purwanti et al., 2024). Misalnya, program beasiswa pendidikan yang diberikan kepada siswa berprestasi di daerah sekitar tidak hanya meningkatkan akses pendidikan tetapi juga mendorong semangat belajar di kalangan generasi muda. Selain itu, CPI juga melaksanakan program pelatihan keterampilan yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan kerja masyarakat lokal. Dengan demikian, CPI berusaha untuk memberdayakan masyarakat agar dapat mandiri secara ekonomi dan sosial. Pembahasan lebih lanjut mengungkapkan bahwa keberhasilan program CSR CPI sangat bergantung pada keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahap perencanaan dan pelaksanaan (Radianti et al., 2021).

Melalui pendekatan partisipatif, perusahaan dapat memastikan bahwa inisiatif yang dilaksanakan relevan dengan kebutuhan masyarakat dan dapat diterima dengan baik. Hal ini sejalan dengan teori analisis pemangku kepentingan yang menekankan pentingnya komunikasi dan kolaborasi antara perusahaan dan komunitas (Widhagdha et al., 2019). Dengan melibatkan masyarakat dalam dialog terbuka mengenai program-program CSR yang direncanakan, perusahaan dapat membangun kepercayaan dan legitimasi di mata publik. Namun, meskipun banyak manfaat yang dihasilkan dari program CSR, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan yang dihadapi oleh PT Chevron Pacific Indonesia. Beberapa masyarakat masih merasa kurang terlibat dalam proses pengambilan keputusan terkait program-program CSR, yang dapat menyebabkan ketidakpuasan (Widiargun et al., 2024).

Oleh karena itu, perlu adanya evaluasi berkala terhadap efektivitas program CSR serta mekanisme umpan balik yang lebih baik untuk mendengar suara masyarakat. Dengan cara ini, PT Chevron tidak hanya dapat meningkatkan dampak positif dari inisiatif mereka tetapi juga

memperkuat hubungan jangka panjang dengan komunitas lokal. Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa modal sosial yang dibangun melalui program-program CSR CPI sangat penting dalam menciptakan lingkungan yang stabil bagi operasi perusahaan. Modal sosial mencakup elemen-elemen seperti kepercayaan, kolaborasi, dan jaringan sosial yang saling mendukung. Ketika masyarakat merasa diperhatikan dan mendapatkan manfaat dari kehadiran perusahaan, kemungkinan terjadinya konflik dapat diminimalkan (Zinaida, 2020).

Dengan demikian, investasi dalam modal sosial melalui program-program pemberdayaan masyarakat dapat membantu mengurangi ketegangan sosial dan menciptakan iklim yang lebih kondusif bagi keberlangsungan operasi perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa PT Chevron Pacific Indonesia telah beralih dari sekadar memberikan dana bantuan ke masyarakat menjadi pendekatan yang lebih strategis melalui investasi sosial (Anis, 2021). Pendekatan ini dibagi menjadi dua kategori utama: Community Development (CD) dan Community Relations (CR). Community Development berfokus pada pemberdayaan ekonomi dan sosial masyarakat lokal, sementara Community Relations menekankan pentingnya komunikasi dan hubungan baik antara perusahaan dan komunitas. Dengan membedakan kedua pendekatan ini, CPI dapat merancang program-program CSR yang lebih efektif sesuai dengan konteks lokal. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa dampak positif dari program CSR CPI tidak hanya dirasakan oleh masyarakat tetapi juga oleh perusahaan itu sendiri (Ardi Cahya, 2022).

Dengan melaksanakan program-program CSR yang efektif, perusahaan dapat meningkatkan citra dan reputasinya di mata publik. Masyarakat cenderung memiliki persepsi positif terhadap perusahaan yang aktif dalam kegiatan sosial dan lingkungan (Arifin et al., 2025). Hal ini menjadi penting dalam menjaga "social license to operate," yaitu dukungan dari masyarakat untuk keberlanjutan operasi perusahaan. Meskipun terdapat banyak kemajuan dalam implementasi CSR, penelitian ini menekankan perlunya evaluasi sistematis terhadap setiap program yang dilaksanakan (Ayodya et al., 2024). Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa tanggung jawab yang sudah dilakukan perusahaan memiliki dampak positif bagi masyarakat serta sesuai dengan harapan mereka. Penelitian ini merekomendasikan agar PT Chevron Pacific Indonesia melakukan survei kepuasan masyarakat secara berkala untuk mengidentifikasi area-area perbaikan dalam pelaksanaan program CSR (Cristofel & Kurniawati, 2021).

Dalam konteks regulasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Chevron Pacific Indonesia telah mematuhi Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mengatur tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya menjalankan CSR sebagai kewajiban hukum tetapi juga sebagai bagian dari komitmen etis untuk berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan di Indonesia (Dewi et al., 2019). Secara keseluruhan, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya pendekatan holistik dalam implementasi CSR oleh PT Chevron Pacific Indonesia. Dengan memadukan aspek pemberdayaan masyarakat dengan prinsip-prinsip bisnis yang etis, perusahaan dapat menciptakan dampak positif yang signifikan bagi komunitas lokal sekaligus memastikan keberlanjutan operasional mereka di masa depan. Keberhasilan implementasi CSR akan sangat bergantung pada kemampuan perusahaan untuk terus beradaptasi dengan dinamika sosial dan kebutuhan masyarakat seiring dengan perkembangan waktu (Dhamayanti, 2021).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) oleh PT Chevron Pacific Indonesia memiliki dampak signifikan dalam

mitigasi konflik sosial dan pemberdayaan masyarakat lokal. Program-program CSR yang dirancang secara inklusif dan partisipatif tidak hanya meningkatkan kualitas hidup masyarakat, tetapi juga memperkuat modal sosial yang penting untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan komunitas. Dengan melibatkan masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan program, perusahaan berhasil membangun kepercayaan dan legitimasi di mata publik, yang pada gilirannya mengurangi potensi konflik dan menciptakan lingkungan yang lebih stabil untuk operasional perusahaan. Namun, tantangan tetap ada, terutama dalam hal keterlibatan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan terkait program-program CSR. Oleh karena itu, penting bagi PT Chevron untuk terus melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap inisiatif yang dilaksanakan, serta memastikan adanya mekanisme umpan balik yang efektif. Dengan demikian, CSR tidak hanya akan berfungsi sebagai kewajiban hukum atau etis, tetapi juga sebagai strategi jangka panjang yang menguntungkan bagi kedua belah pihak perusahaan dan masyarakat dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anis, I. (2021). Kinerja Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Efisiensi Investasi. *Neraca Keuangan: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 16(1), 40–54. <https://doi.org/10.32832/neraca.v16i1.4613>
- Ardi Cahya, R. (2022). IMPLEMENTASI CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) PT. SEMEN BATURAJA (Persero) Tbk SEBAGAI UPAYA DALAM PEMBINAAN LINGKUNGAN DAN KEMITRAAN. *JIM: Journal Of International Management*, 1(01), 43–56. <https://doi.org/10.62668/jim.v1i01.270>
- Arifin, S., Zoelkarnain, I., Nugroho, A., Noor, M. S., & Sheet, T. (2025). IMPLEMENTASI KEBIJAKAN INTERVENSI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. ADARO INDONESIA DALAM. 9, 274–286.
- Ayodya, F. P., Ardianto, V., & Kurniawan, Y. (2024). CSR Strategy of The Oil and Gas Industry to Enhance the Wellbeing of Coastal Communities Amid Climate Change : A Case Study of PT Pertamina Gas Operation West Java Area in Juntinyuat , Indramayu Strategi CSR Industri Minyak dan Gas dalam Meningkatkan Kese. *Journal of Social Responsibility Review (JSRR)*, 3(1), 31–39.
- Cristofel, C., & Kurniawati, K. (2021). Pengaruh Enterprise Risk Management, Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 14(1), 1–12. <https://doi.org/10.30813/jab.v14i1.2468>
- Dewi, L. K., Widiastara, A., & Amah, N. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Manajemen Laba terhadap Tax Avoidance dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderating. *Simba Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I*, 321–333.
- Dhamayanti, S. K. (2021). Analisis Implementasi Tanggung Jawab Sosial Berbasis Stakeholder Pada Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit. *Jurnal Bisnis, Logistik Dan Supply Chain (BLOGCHAIN)*, 1(2), 86–96. <https://doi.org/10.55122/blogchain.v1i2.330>
- Dharmariza, M., Hidayat, R., & Widhagdha, M. F. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Sebagai Strategi Resolusi Konflik Sosial. *Jurnal Kebijakan Publik*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.31258/jkp.11.1.p.1-6>
- Ghai, V. (2024). Corporate Social Responsibility (Csr). *International Journal of Advanced Research*, 12(01), 1305–1308. <https://doi.org/10.21474/ijar01/18253>
- Halkis, M. (2014). Strategi Pengelolaan Csr-Multinasional Sebagai Model Csr Bela Negara; Studi Kasus Pt Freeport Dan Pt Chevron. *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, 8(2), 46–58. <https://doi.org/10.35968/jh.v8i2.254>

- ILO. (2020). *Manajemen Konflik Dan Bencana : Manajemen Konflik Dan Bencana :*
- Khovichah, W. V., Sholehah, M., Saleh, M. A., & Jamilah, A. U. (2024). *Definisi Konflik dan Pentingnya Manajemen Konflik dalam Pendidikan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember , Indonesia. 4.*
- Mahmud, S. (2019). Bentuk Penyelesaian Konflik Sosial (Identifikasi Bentuk Penyelesaian Konflik Antara Public Relations Pt Donggi Senoro Liquefied Natural Gas Kabupaten Luwuk Banggai Dengan Masyarakat). *Jurnal Politico*, 8(3).
- Muhammad, S., Radjab, M., & Muhammad, R. (2018). Mitigasi Konflik di Lingkar Tambang: Studi Tentang Kontribusi Program Tanggung Jawab Sosial (CSR) PT. Vale Indonesia di Sorowako. *Jurnal Keamanan Nasional*, 4(2), 123–140. <https://doi.org/10.31599/jkn.v4i2.404>
- Octaviana, R. N. (2022). Impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on Community Welfare in Central Java Province. *Literatus :Literature for Social Impact and Cultural Studies*, e-ISSN: 2686-5009, 1–10.
- Pramurindra, R., Ramadhanti, W., Herwiyanti, E., & Putri, P. K. (2021). Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Intervening Hubungan Family Ownership dan Kinerja Perusahaan. *Performance*, 28(01), 63. <https://doi.org/10.20884/1.jp.2021.28.01.3093>
- Prasetyo, M. F., & Tsuroyya, T. (2023). Strategi Humas Dalam Mengatasi Konflik Pencemaran Limbah Di Pt Putra Restu Ibu Abadi Mojokerto. *The Commercium*, 7(1), 145–155. <https://doi.org/10.26740/tc.v7i1.55306>
- Pratiwi, M. A. (2021). Perkembangan Teori Konflik Organisasi. *Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, 4(1), 51–65. <https://doi.org/10.52624/manajerial.v4i1.2209>
- Purwanti, N. L. P. E., Sujana, E., & Purnamawati, I. G. A. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kepemilikan Keluarga, dan Kepemilikan Institusional Terhadap Tax Avoidance dengan Strategi Bisnis sebagai Variabel Moderasi. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(3), 1803–1819. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i3.15332>
- Radiani, S., Latifah, A. N., Sarasati, C. D., & Humaedi, S. (2021). Potensi Dan Kekuatan Modal Sosial Dalam Kelompok Madani Binaan Csr Pt Pertamina Ep Tanjung Field. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(2), 298. <https://doi.org/10.24198/jppm.v2i2.34879>
- Widhagdha, M. F., Wahyuni, H. I., & Sulhan, M. (2019). Relasi Sosial Dalam Praktik Kebijakan Csr. *The Journal of Society & Media*, 3(1), 105. <https://doi.org/10.26740/jsm.v3n1.p105-125>
- Widiargun, D., Puspa K, P. D., Wulandari, E., Rafi J, A., & Diah Delima, I. (2024). Peran Publik Relations Dalam Isu Dan Krisis Pt. Pertamina (Persero). *INTERPRETASI : Communication & Public Relation*, 3(1), 48–57. <https://doi.org/10.53990/interpretasi.v3i1.244>
- Zinaida, R. S. (2020). Upaya Resolusi Konflik Perusahaan melalui Kegiatan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 20–31. <https://doi.org/10.33557/ji.v14i1.1396>