

INTISARI

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI ALAT PEMASARAN PT PERTAMINA EP ASSET 3 CIREBON **NITA INDRIANI**

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mendapatkan pengetahuan serta pengalaman mengenai *corporate social responsibility* sebagai alat pemasaran PT Pertamina EP Asset 3 Cirebon yang memiliki peran penting dalam memudahkan dan melancarkan segala bentuk aktifitas operasional perusahaan terutama dalam operasional pemasaran di lingkungan sekitar perusahaan yang berkaitan langsung dengan warga desa setempat.

Penyusunan Laporan Tugas Akhir ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu pengamatan secara langsung menggunakan teknik pengumpulan data dengan teknik deskriptif yaitu observasi, wawancara, dan studi pustaka. Data yang sudah terkumpul di analisis sesuai rumusan masalah penelitian.

Hasil penelitian menyatakan bahwa *corporate social responsibility* sebagai alat pemasaran PT Pertamina EP Asset 3 Cirebon mempunyai strategi untuk menjalankan tugasnya yaitu dengan membuat program yang berinteraksi langsung antara perusahaan dengan warga desa. Salah satu program tersebut adalah Program Pusat Pemberdayaan Masyarakat Pertamina dan Program Penyuluhan Demam Berdarah. Manfaat dan tujuan dari program ini adalah untuk menjalin hubungan baik, menjaga citra dan kepercayaan, meminimalisir munculnya permasalahan serta sebagai bentuk tanggung jawab dan kepedulian bahwa perusahaan tidak hanya sekedar mementingkan kepentingan profit saja, namun kesejahteraan bagi warga desa. Dengan adanya program ini dapat memberikan keuntungan pada kedua pihak yaitu perusahaan dan warga desa di lingkungan sekitar. Sehingga dapat memudahkan dan melancarkan operasional pemasaran.

Kesimpulannya adalah bahwa *corporate social responsibility* memiliki peran penting sebagai tanggung jawab sosial perusahaan untuk memudahkan dan melancarkan segala bentuk operasional terutama operasional pemasaran, sehingga dijadikan sebagai alat pemasaran yang efektif bagi PT Pertamina EP Asset 3 Cirebon, karena keberadaannya berkaitan langsung dengan warga desa di lingkungan sekitar perusahaan dan dalam jangka waktu yang panjang. *Corporate social responsibility* mempunyai strategi yaitu dengan membuat program yang dapat di terima dan saling menguntungkan antara perusahaan dan warga desa sekitar. Oleh karena itu, operasional pemasaran dapat berjalan lancar dan meminimalisir resiko permasalahan yang akan muncul di lingkungan sekitar perusahaan.

ABSTRACT

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A MARKETING TOOL OF PT PERTAMINA EP ASSET 3 CIREBON

NITA INDRIANI

The purpose of this research is to gain knowledge and experience regarding corporate social responsibility as a marketing tool PT Pertamina EP Asset 3 Cirebon has an important role in facilitating and unleash all forms of operational activities of the company, especially in the marketing operations in the environment surrounding the company directly related to citizens The local village.

Preparation of final report uses descriptive method Qualitative namely direct observations using data collection techniques with descriptive techniques are observation, interview, and literature. Data have been collected in the appropriate analysis of research problem formulation.

The study states that corporate social responsibility as a marketing tool PT Pertamina EP Asset 3 Cirebon possessed a strategy to do its job is to create programs that interact directly between the company and villagers. One such program is the Program Empowerment Center Education Program Peoples, Pertamina and Dengue Fever. The benefits and purpose of the program is to establish a good relationship, to maintain the image and confidence, minimize the appearance of permasalahan as well as a form of responsibility and concern that companies are not merely concerned with the interests of profit, but for the welfare of the villagers. With this program can provide benefits to both parties, ie the company and villagers in the neighborhood. So as to facilitate and expedite marketing operations.

The conclusion is that corporate social responsibility has an important role to facilitate and expedite all operations mainly marketing operations, thus serve as an effective marketing tool for PT Pertamina EP Asset 3 Cirebon, because its existence is directly related to the villagers in the neighborhood around the company and within the long one. Corporate social responsibility has a strategy is to create programs that can be received and mutual benefit between the company and the villages around. Therefore, marketing operations can run smoothly and minimize the risk of problems that will arise in the environment surrounding the company.