

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai dengan kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggungjawab mereka terhadap sosial atau lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Contoh bentuk tanggungjawab itu bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan publik dan perbaikan lingkungan, sumbangan untuk fasilitas publik yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak khususnya masyarakat yang berada disekitar perusahaan itu berada.

Mengenai penerapan CSR di Indonesia telah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan dan keputusan menteri, yaitu UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal LN No.67 TLN No. 4274, UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Keputusan Menteri BUMN Nomor: Kep-236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL). Mewajibkan CSR merupakan salah satu upaya pemerintah dan menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi dan pemerataan ekonomi (Marini, 2013:2).

Pada hakekatnya sebuah perusahaan akan selalu berkaitan dengan publik sebagai lingkungan eksternal dari perusahaan. Terdapat hubungan timbal balik antara perusahaan dengan publik. Untuk memperoleh keuntungan ekonomi demi kesejahteraannya, perusahaan memerlukan alam untuk sumber daya olahannya serta *stakeholders* lain untuk mencapai tujuannya. Dengan cara melakukan pendekatan melalui tanggungjawab sosial perusahaan, perusahaan tidak hanya mendapatkan keuntungan ekonomi, akan tetapi juga keuntungan secara sosial.

Publik merupakan bagian eksternal perusahaan. Perusahaan yang besar dalam menjalankan aktivitas kerjanya dilingkungan publik harus mampu dalam melihat keadaan masyarakat sekitarnya. Setiap perusahaan harus paham terhadap keberadaan perusahaannya serta dituntut untuk peka terhadap kondisi serta situasi sekitarnya. Saat sekarang perusahaan dituntut untuk merubah serta meningkatkan taraf dan pola hidup masyarakat disekitarnya.

Sejak diundangkannya peraturan tentang CSR, maka semakin marak perusahaan atau instansi yang berlomba melakukan pencitraan untuk menjaga reputasi dan keberlangsungan usaha. Karena tanpa reputasi yang baik mustahil mendapatkan respon positif dari masyarakat. Citra perusahaan merupakan aksioma penting bagi perusahaan untuk dapat bertahan dan berkembang secara berkesinambungan menuju puncak kesuksesan. Dan cara yang ditempuh untuk membentuk citra dan menjaga keberlangsungan perusahaan, salah satunya adalah melalui program CSR, karena tidak bisa dipungkiri bahwa pencitraan

sebuah perusahaan akan dibuat sedemikian rupa dan disinergikan dengan program CSR, sehingga perusahaan bisa memproteksi dari krisis kepercayaan masyarakat.

Implementasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai pelaksanaan atau penerapan. Implementasi adalah suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci. Artinya implementasi dilaksanakan ketika suatu program kegiatan yang telah dirancang sudah disetujui dan siap dilaksanakan.

Melihat pada kondisi semacam ini maka penulis mencoba mengangkat permasalahan ini kepermukaan. Penulis menganggap bahwa pengambilan judul penelitian ini cukup strategis. Pertama, sebab sebenarnya konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah dikenal sejak awal 1970, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. *Corporate Social Responsibility* adalah suatu bagian hubungan perniagaan yang melibatkan perusahaan di satu pihak dan masyarakat sebagai lingkungan sosial perusahaan di pihak yang lain (Marini, 2013:3).

Kedua, CSR adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat domisili. Sehingga terbentuk sebuah kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Secara

teoritik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggungjawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholder-nya*, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja atau operasionalnya (Marini, 2013:3).

Salah satu perusahaan perseroan yang menjalankan program CSR perusahaan adalah PT Gunung Madu Plantations. PT. Gunung Madu Plantations memiliki kantor pusat di Jl. Kebon Sirih No. 39 Jakarta, dengan kantor cabang di Jl. Gatot Subroto 108 Bandar Lampung serta area pabrik dan perkebunan di KM. 90 Gunung Batin Lampung Tengah.

PT Gunung Madu Plantations (GMP) didirikan pada tahun 1975, PT GMP merupakan pelopor usaha perkebunan dan pabrik gula di luar Jawa, khususnya Lampung. Perusahaan ini berstatus PMA. Areal perkebunan tebu dan pabrik gula PT GMP terletak di Desa Gunung Batin, Lampung Tengah sekitar 90 km arah utara kota Bandar Lampung. PT Gunung Madu Plantations adalah perusahaan agribisnis yang mengelola perkebunan tebu dan pabrik gula sejak tahun 1975 yang berstatus PMA., produk dari PT GMP sudah sangat akrab dikalangan masyarakat. Untuk mempertahankan kepercayaan serta menjaga hubungan harmonis dengan masyarakat sekitar perusahaan tentu saja tidak lepas dari persiapan dan strategi yang dilakukan oleh *Public Relations* perusahaan melalui program CSR (sumber: company profil PT GMP, januari 2013).

Sejak awal berdiri, PT GMP menyadari agar industri perkebunan bisa berkelanjutan harus menjaga daya dukung alam dan bermanfaat bagi masyarakat. Prinsip ini ternyata sejalan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang digagas oleh John Elkington tahun 1994. PT GMP berbagi dengan masyarakat sekitar dalam bidang sosial-budaya, ekonomi dan lingkungan. Pembangunan sarana fisik bagi lingkungan masyarakat, sumbangan di bidang pendidikan dan kesehatan masyarakat, secara tidak langsung juga telah memberi pengaruh peningkatan kualitas sumber daya masyarakat (sumber: Laporan Kegiatan PT GMP, Maret 2013).

Sebagai perusahaan yang dikelilingi banyak desa, perusahaan harus memperhatikan kesejahteraan masyarakat sekitar. Kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT GMP sangat beragam, mulai dari kegiatan yang sifatnya rutin seperti bantuan air bersih, bantuan alat pembersih, perbaikan jalan, bantuan hewan kurban, dan lain sebagainya. Maupun yang telah terprogram dan bertahap seperti bantuan aliran listrik kampung, penyuluhan kesehatan, bantuan tanaman penghijau, bantuan ternak kambing bergulir, dan lain sebagainya.

PT Gunung Madu Plantations telah banyak melakukan kegiatan CSR perusahaan baik yang telah menjadi agenda rutin maupun yang telah terprogram. Salah satu kegiatan terprogram dari CSR PT GMP adalah program kambing bergulir. Program kambing bergulir merupakan salah satu kegiatan terprogram perusahaan yang bertujuan untuk kesejahteraan desa

sekitar perusahaan. Kegiatan ini berupa pemberian bantuan ternak kambing ke desa yang menjadi sasaran perusahaan (wawancara karyawan PT GMP, 27 juni 2013). Pada penelitian ini penulis disarankan oleh supervisor perusahaan untuk melakukan penelitian dilokasi yang telah berhasil melaksanakan perguliran dari kegiatan kambing bergulir, yaitu Kampung Gunung Batin Baru.

Peneliti tertarik untuk mengangkat kegiatan CSR program kambing bergulir di PT Gunung Madu Plantations, sebagai sebuah skripsi karena sebagai aktualisasi program CSR PT GMP yang telah berlangsung, program kambing bergulir tentu saja mempunyai efek positif bagi masyarakat. Sehingga ini bisa berpengaruh terhadap citra PT GMP yang ingin menunjukkan komitmennya dalam tanggung jawab sosialnya pada masyarakat, oleh karena itu peneliti memilih judul penelitian “Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* dalam Membangun Citra Positif Perusahaan (Studi pada Program Kambing Bergulir PT Gunung Madu Plantations Bagi Warga Kampung Gunung Batin Baru, Kampung Bandar Sakti dan Kampung Lempuyang Bandar, Lampung Tengah)”

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah peneliti paparkan, peneliti membatasi permasalahan kedalam perumusan masalah sebagai berikut : Bagaimanakah Implementasi program CSR PT Gunung Madu Plantations yaitu program

kambing bergulir dalam membangun citra positif masyarakat terhadap perusahaan?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi program CSR yang dilaksanakan di PT Gunung Madu Plantations melalui program kambing bergulir sebagai salah satu upaya untuk membangun citra positif perusahaan.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini yaitu :

- a. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi dan juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan CSR.
- b. Secara praktis, hasil penelitian ini Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, pengetahuan, gambaran dan informasi bagi perusahaan untuk lebih meningkatkan program CSR demi kesejahteraan hidup masyarakat yang berdampak pada citra positif perusahaan serta dapat mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.