

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Proses berjalannya suatu perusahaan tidak akan pernah lepas dari keterkaitannya dengan kebutuhan Sumber Daya Alam (SDA) dan Sumber Daya Manusia (SDM), khususnya pada berbagai sumber daya yang berada di sekitarnya untuk dapat menunjang segala proses yang berkaitan dengan operasionalnya. Salah satu perusahaan yang memiliki komitmen untuk turut berkontribusi bagi keberlanjutan masyarakat adalah PT Bina Pertiwi. Sebagai sebuah perusahaan Perseroan terbatas, PT Bina Pertiwi adalah salah satu perusahaan yang berada di bawah naungan PT United Tractors Indonesia yang berfokus pada produksi dan distribusi alat berat serta alat pertanian di Indonesia. Dalam melaksanakan program *Corporate Social Responsibility*, PT Bina Pertiwi memiliki lima (5) pilar yang terdiri atas BP *Inspire* (berfokus kepada pendidikan), BP *Fit* (berfokus kepada kesehatan), BP *Nature* (berfokus kepada lingkungan), BP *Creative* (berfokus pada kewirausahaan), dan BP *Care* (berfokus kepada tanggap darurat). Pada setiap pilar program CSR ini, PT Bina Pertiwi memiliki beberapa program unggulan. Setiap program dalam lima pilar CSR ini disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat yang berada di sekitar lini bisnis dari perusahaan.

Salah satu program CSR unggulan yang rutin dilaksanakan oleh PT Bina Pertiwi adalah program Posyandu Binaan yang berada di bawah pilar BP *Fit* atau pilar kesehatan yang menjadi fokus utama dalam program CSR PT Bina Pertiwi. Program Posyandu Binaan ini adalah salah satu wujud komitmen PT

Bina Pertiwi dalam mendukung keberlanjutan dan kesejahteraan masyarakat dengan melakukan pembinaan terhadap posyandu binaan di beberapa daerah yang ada di Indonesia. Pembinaan ini meliputi atas penyediaan fasilitas, dukungan untuk program-program yang terkait dengan pengurangan masalah kesehatan pada anak, pemberian dana bantuan bulanan, hingga pelatihan bagi setiap kader di setiap posyandu binaan.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dalam bidang kesehatan ini dilakukan oleh PT Bina Pertiwi dalam bentuk beberapa program yang dilaksanakan untuk mendukung pemberdayaan posyandu-posyandu yang tersebar di beberapa daerah binaan di seluruh Indonesia, yaitu di Jakarta Timur, Sumatera Utara, serta Kalimantan Selatan dengan total keseluruhan terdapat 429 anak dan 39 kader posyandu binaan yang tersebar di seluruh Indonesia.

Program-program yang dilaksanakan dalam program Posyandu Binaan ini di antaranya adalah melakukan pendampingan kesehatan kepada balita hingga memberikan berbagai macam pelatihan bagi para kader posyandu yang ada di setiap posyandu binaan. Pendampingan dan pelatihan ini secara khusus dimaksudkan untuk turut serta dalam upaya penurunan angka masalah gizi buruk di daerah-daerah lokasi posyandu binaan tersebut. Setiap posyandu binaan yang berada di bawah naungan PT Bina Pertiwi akan secara rutin menerima dukungan langsung berupa dana serta fasilitas untuk mendukung perbaikan kualitas gizi anak untuk mengetaskan angka gizi buruk yang dapat mengarah kepada kasus stunting. Dana yang diberikan ini secara khusus digunakan untuk menjalankan program Pemberian Makanan Tambahan (PMT).

Hasil nyata dari program tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh PT Bina Pertiwi ini dapat secara langsung dilihat pada salah satu posyandu yang berada di bawah binaan PT Bina Pertiwi yaitu Posyandu Rawaterate Jakarta Timur. Posyandu Rawaterate Jakarta Timur terletak di Kecamatan Cakung, Jakarta Timur. Jakarta Timur merupakan salah satu wilayah dengan tingkat masalah gizi buruk hingga stunting yang cukup tinggi. Ini tentunya harus menjadi perhatian serta fokus bagi masyarakat.

Saat ini, permasalahan gizi buruk menjadi salah satu fokus utama yang patut diberikan perhatian. Keadaan gizi buruk ini menjadi salah satu permasalahan sosial yang sudah menjadi momok berbagai negara berkembang di dunia. Menurut Direktur Jenderal Kementerian Kesehatan Indonesia, dr Maria Endang Sumiwi pada laman sehatnegeriku.kemkes.go.id masalah gizi buruk ini apabila tidak mendapatkan perhatian serius, akan berujung kepada kondisi yang lebih buruk, yaitu stunting yang menjadi salah satu masalah kesehatan yang perlu mendapatkan perhatian.

DKI Jakarta termasuk salah satu provinsi dengan stunting kategori akut dengan tingkat prevalensi yang masih cukup tinggi yaitu 16,8% (Riznawati & Eryando, 2023). Pada tahun 2024 sendiri, Kota Jakarta Timur berupaya menurunkan angka stunting yang telah mencapai 778 kasus di tahun tersebut. Seiring dengan tingginya angka tersebut, Pemerintah Kota Jakarta Timur baru berhasil menurunkan jumlah kasus sebesar 2,5 persen saja.

Stunting dapat didefinisikan sebagai kondisi di mana anak di bawah lima tahun (balita) mengalami gagal tumbuh yang disebabkan oleh kekurangan gizi kronis terutama pada 1.000 hari pertama kehidupan. Stunting disebabkan oleh

beberapa penyebab, di antaranya adalah kurangnya asupan gizi yang didapatkan oleh balita, faktor bawaan dari ibu, faktor genetik, lingkungan yang tidak memadai, hingga kondisi sosial dan ekonomi. Dalam jangka panjang, anak dengan stunting ini rentan terdampak atas masalah kesehatan serta dapat mempengaruhi tingkat kognitif yang tentunya dapat mempengaruhi kehidupan anak tersebut (Kementerian Kesehatan, 2016).

Perusahaan yang beroperasi dalam penciptaan barang atau jasa memiliki tanggung jawab sosial atas lingkungan serta masyarakat yang berada di sekitarnya. Menurut Friedman (dalam Wati, 2019), sebuah perusahaan tidak boleh hanya bertanggung jawab pada *single bottom line* dalam bentuk ekonomi semata, melainkan harus dapat berpijak pada *triple bottom line* yang juga berfokus pada masalah sosial serta lingkungan.

Perusahaan dalam proses operasionalnya pastinya memiliki beberapa prioritas penting yang harus dicapai, salah satu dari prioritas tersebut adalah adanya eksistensi perusahaan dalam jangka panjang yang mampu untuk menjadi sebuah korporasi yang berkelanjutan. Dalam mengupayakan keuntungan atau *profit*, sebuah perusahaan akan berusaha untuk fokus dalam merencanakan berbagai strategi untuk dapat mencapai tujuan tersebut. Sebagai upaya untuk dapat merealisasikan target prioritas ini, sebuah perusahaan harus mampu untuk mendapatkan dukungan dari berbagai *stakeholder*. Oleh sebab itu, sebuah perusahaan dituntut untuk dapat membangun dan mempertahankan hubungan baik dengan berbagai pihak, baik itu internal maupun eksternal, serta mampu untuk memberikan dampak positif bagi berbagai pihak.

Hubungan baik yang terbentuk antar berbagai pihak *stakeholder*, terlebih dengan pihak eksternal, tentu tidak akan serta merta dapat tercipta begitu saja. Saat ini, untuk dapat mempertahankan eksistensinya, perusahaan tidak dapat semata-mata mengandalkan perilaku bisnis yang jujur, adil, mulia, dan bertanggung jawab (Rachman, Efendi, dan Wicaksana, 2011). Upaya untuk mempertahankan eksistensi suatu perusahaan rasanya tidak akan mungkin dapat terwujud tanpa adanya jalinan hubungan yang bersifat timbal balik antara berbagai pihak *stakeholder* yang terkait. Oleh sebab itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau yang dikenal juga sebagai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan menjadi bentuk implementasi dari upaya perusahaan untuk membangun hubungan baik tersebut.

CSR dalam ISO 26000 dinyatakan sebagai sebuah tanggung jawab dari sebuah organisasi atau sebuah dampak dari keputusan dan aktifitas dalam masyarakat juga lingkungan melalui perilaku yang transparan dan etis yang berkontribusi pada perkembangan yang berkelanjutan, kesehatan, dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan para *stakeholder*; sesuai dengan hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma perilaku internasional; dan terintegrasi di seluruh organisasi dan dipraktikkan dalam hubungannya (Mardikanto, 2018).

Pengertian lain dari CSR adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh sebuah perusahaan (didasarkan atas kemampuan perusahaan tersebut) sebagai implementasi dari rasa tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, sosial, ataupun ekonomi di sekitar perusahaan mereka berada (Rachman, Efendi, dan Wicaksana, 2011). Dapat dikatakan bahwa CSR dalam

pengertian secara luas dapat diartikan sebagai kegiatan yang erat dengan tujuan untuk mencapai ekonomi yang berkelanjutan. Berkelanjutan di sini tak hanya terkait dengan tanggung jawab sosial semata, melainkan juga berkaitan dengan akuntabilitas dari perusahaan terkait terhadap masyarakat dan juga bangsa.

Pelaksanaan CSR saat ini bukan hanya menjadi sebuah bentuk kesukarelaan suatu perusahaan, melainkan sudah menjadi sebuah kewajiban yang menuntut perusahaan agar dapat memberi kebermanfaatan demi keberlangsungan suatu perusahaan. Perusahaan tidak secara langsung akan mendapatkan profit atau manfaat melalui pelaksanaan CSR, tetapi melalui CSR ini, diharapkan akan memberikan manfaat berupa citra yang baik bagi perusahaan (Untung, 2009). Ditambah lagi menurut Wamea dkk. (2023), dengan adanya pelaksanaan CSR, perusahaan mendapatkan beberapa nilai tambah bagi perusahaan, seperti meningkatnya citra serta terjalinnya hubungan yang baik dengan berbagai *stakeholder* atau komunitas.

Program CSR Posyandu Binaan yang dilakukan oleh PT Bina Pertiwi sejak tahun 2022 silam telah membuat posyandu-posyandu di bawah binaannya berhasil menekan angka gizi buruk hingga stunting. Berdasarkan hasil pra-penelitian yang peneliti lakukan, ditemukan data bahwa pada tahun 2023, total balita yang terindikasi stunting di posyandu binaan PT Bina Pertiwi mencapai jumlah 32 balita. Namun, setelah adanya upaya pemberdayaan melalui program CSR PT Bina Pertiwi ini, posyandu tersebut dapat menekan angka prevalensi stunting hingga 50% sehingga saat ini terdapat hanya 16 balita yang tercatat sebagai balita terindikasi stunting. Tak hanya itu, per bulan Maret 2025 ini, dari total 85 anak di bawah pengawasan yang tercatat, Posyandu Rawaterate Jakarta

Timur dapat menekan angka balita terindikasi gizi buruk hingga saat ini hanya tercatat 10 anak yang berada di garis kuning atau terindikasi gizi buruk sedang serta satu anak yang berada di bawah garis merah atau terindikasi gizi buruk berat.

Strategi-strategi yang dilakukan oleh bidang *Enviromental, Social, and Governance* (ESG) PT Bina Pertiwi, bidang yang menaungi program *Corporate Social Responsibility*, ini dimaksudkan untuk mendukung peningkatan kualitas kesehatan masyarakat, meningkatkan indeks kualitas kesehatan pada balita, hingga meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan balita sehingga dapat menjadi langkah untuk mencegah peningkatan angka gizi buruk hingga stunting di Indonesia. Strategi ini dijalankan oleh bidang ESG PT Bina Pertiwi melalui beberapa kegiatan dalam rangka untuk mengatasi permasalahan gizi buruk ini.

Tujuan tersebut dapat dicapai oleh PT Bina Pertiwi ketika perusahaan memiliki strategi dan rancangan yang tepat dalam pelaksanaan program CSR ini. Komunikasi merupakan elemen krusial dalam proses berjalannya program CSR. Dengan adanya komunikasi yang efektif, maka CSR suatu perusahaan dapat berjalan dengan tujuan-tujuan yang ingin dicapai.

Komunikasi yang dilakukan dalam CSR tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai jembatan untuk membangun pemahaman dan kepercayaan antara perusahaan dengan masyarakat. Dengan komunikasi yang efektif, program CSR dapat diarahkan agar mencapai tujuan yang diharapkan, baik dari sisi perusahaan maupun dari sisi penerima manfaat. Oleh

sebab itu, keberhasilan CSR sangat ditentukan oleh bagaimana proses komunikasi yang dilakukan.

Penelitian sejenis ini yang meneliti bagaimana komunikasi yang dilakukan dalam program CSR perusahaan dalam pemberdayaan masyarakat telah dilakukan beberapa waktu yang lalu. Pertama adalah penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi dalam *Corporate Social Responsibility* Perusahaan sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat” yang dilakukan oleh Fachria Octaviani, Santoso Tri Raharjo, dan Risna Resnawaty pada tahun 2022. Berdasarkan penelitian ini, didapatkan hasil bahwa dalam proses pelaksanaan CSR ini, perusahaan menerapkan strategi-strategi yang memperhatikan berbagai unsur komunikasi sehingga dapat menciptakan komunikasi yang efektif serta efisien. Penelitian lainnya adalah penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi CSR Hotel Bumi Surabaya (Penanggulangan Stunting Melalui Program GESIT)” yang diteliti oleh Merynta Damayanti, dkk pada tahun 2024. Pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa dalam proses pelaksanaan program CSR, perusahaan melakukan komunikasi dengan beberapa proses bertahap untuk melakukan proses komunikasi kepada khalayak dalam program penanggulangan stunting.

Berdasarkan pemaparan latar belakang serta penelitian-penelitian relevan tersebut, peneliti melihat bahwa penelitian mengenai program CSR dalam pemberdayaan masyarakat PT Bina Pertiwi di Posyandu Rawaterate Jakarta Timur ini menarik untuk ditelaah lebih lanjut. Peneliti menemukan bahwa belum begitu banyak penelitian yang secara khusus membahas bagaimana penerimaan yang diberikan oleh masyarakat terhadap program CSR tersebut.

Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “*Corporate Social Responsibility* PT Bina Pertiwi dalam Pemberdayaan Masyarakat pada Program Posyandu Binaan Rawaterate Jakarta Timur”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan di atas, maka dapat dilihat masalah yang memungkinkan dapat dijelaskan dalam penulisan proposal ini. Peneliti akan merumuskan dalam permasalahannya yaitu “Bagaimana komunikasi pada program CSR yang dilakukan oleh PT Bina Pertiwi?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan untuk:

1. Mendeskripsikan strategi komunikasi dalam pelaksanaan CSR Posyandu Binaan PT Bina Pertiwi.
2. Mengetahui hambatan atau kendala dalam pelaksanaan program CSR Posyandu Binaan di PT Bina Pertiwi.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk bahan kajian dalam Ilmu Komunikasi dan mampu bermanfaat menambah topik kajian ilmu komunikasi dalam bidang Public Relations, khususnya yang berkaitan dengan CSR dan komunikasi dalam mengubah perilaku masyarakat.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi PT Bina Pertiwi ataupun perusahaan-perusahaan lainnya dalam menjalankan program CSR sejenis. Dengan adanya penelitian ini diharapkan setiap perusahaan juga mampu meningkatkan program-program CSR yang dijalankan agar dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar.

