

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hubungan diantara citra serta perusahaan tidak bisa lepas dari peranan Public Relations, reputasi suatu perusahaan dipakai guna mendeskripsikan citra perusahaan berdasarkan publik, terlebih lagi bila produk perusahaan adalah kebutuhan sehari-hari. Timbulnya citra perusahaan memunculkan persepsi subjektif rakyat yang memiliki masalah yang bervariasi. Kecuali mengedepankan layanan produk, perusahaan yang baik harus tetaplah mengedepankan pemberdayaan rakyat lokal serta lingkungan.

Berdasarkan pemaparan Keith Butterick (2011:63) dalam buku Pengantar Public Relations, “Membangun reputasi baik, perusahaan harus menentukan langkah yang tepat guna lingkungan serta pada tahap penentuan keputusan pemangku kepentingan misalnya rakyat lokal perlu diikutsertakan.

Sesuai pemaparan Butterick (2011:69), “Suatu industri seringkali dinilai mempunyai reputasi tidak baik disebabkan praktek usahanya pada masa lalu ataupun sebab masyarakat memiliki pandangan tidak sama sebab produk yang diciptakan. Perusahaan yang mempunyai citra buruk salah satunya yakni industri minyak bumi yang adalah bencana untuk lingkungan, ketidakadilan lapangan kerja, serta kecurigaan terhadap praktek korupsi.

Sesuai pemaparan Nunung Prajarto dalam buku CSR Indonesia, Industri minyak adalah perusahaan yang menjadi tulang punggung negara dan menyumbang devisa terbanyak serta pembangunan perekonomian Indonesia. Namun, hal tersebut tidak selancar yang diinginkan, industri minyak memperoleh persoalan yang banyak diawali, kesenjangan ekonomi, ketidakadilan sosial, serta pergeseran sosial budaya. Hal tersebut mempunyai kecenderungan yakni aktivitas industri minyak berdampak tinggi sebagai perusahaan milik negara serta untuk pembangunan sosial ekonomi. Terkait permasalahan ekonomi serta politik, industri minyak terus dijadikan sorotan serta kambing hitam pada kebijakan pemerintah. Keadaan itu adalah konsekuensi yang dihadapi perusahaan minyak. 3 hubungan erat yang tidak bisa terpisahkan yakni masyarakat, negara, serta industri tambang minyak (Prajarto, 2012: 187-202).

Persoalan tersebut ditekankan terhadap pemberdayaan lingkungan serta sosial oleh industri minyak yang mempunyai citra negatif pada kesenjangan sosial serta kerusakan alam. Gejala ini menjadi prioritas utama untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan secara menghubungkan terhadap masalah yang ada serta diperlukan solusi.

Menanggapi masalah sosial, pemberdayaan kerusakan lingkungan serta masyarakat yang ada di Indonesia, suatu perusahaan menonjolkan kesejahteraan rakyat serta perbaikan lingkungan lewat tanggung jawab sosial perusahaan ataupun biasa disebut Corporate Social Responsibility. Kewajiban perusahaan melakukan tanggung jawab sosial lewat program Corporate Social Responsibility diselaraskan pada UU No. 40 Tahun 2007 yang diterbitkan pemerintah terkait Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat 1 mengatakan Perseroan yang melaksanakan bisnisnya berhubungan dengan lingkungan serta sosial, wajib melaksanakan tanggung jawab lingkungan serta sosial (Suharto, 2010:19).

Peraturan Pemerintah ini menjadi penting karena sejalan dengan maraknya perusahaan, nasib lingkungan serta masyarakat menjadi tidak aman. Pasal 74 ayat 1 memuat terkait sumber pendanaan guna kesejahteraan sosial yang wajib dilaksanakan melalui suatu badan usaha. Tanggung jawab sosial haruslah dilakukan perusahaan yang dengan cara tak langsung bisa mempertahankan serta memperbaiki citra perusahaan serta bisa melakukan kontribusi diantara dua pihak.

Aktivitas tanggung jawab sosial memuat distribusi kesejahteraan yang dilaksanakan lewat keadilan sosial yang harus disetujui bersama guna mewujudkan kesejahteraan sosial yang rata. Tuntutan tanggung jawab sosial industri minyak bukan hanya kepedulian pada rakyat, tetapi untuk tujuan guna mengurangi kesenjangan ekonomi lewat pembangunan masyarakat lokal. Mula-mula aktivitas CSR yang memiliki fungsi untuk pelengkap sekarang ini sudah mengalami pergeseran untuk media meminimalisir tekanan komunitas secara menciptakan kontrak sosial baru. CSR minyak bertujuan untuk terdapatnya tanggung jawab sosial pada komunitas lokal supaya bisa menambah mutu kehidupan yang ada unsur pemerintahan didalamnya serta sinergi rakyat tersebut sendiri yang menekankan terhadap pengembangan masyarakat serta aspek sosial (Prajarto, 2012: 200-204).

PT Pertamina (Persero) adalah salah satu perusahaan aktif yang melakukan program CSR, yang merupakan perusahaan negara yang beroperasi pada pertambangan gas serta minyak, PT Pertamina (Persero) memiliki komitmen guna meningkatkan kesejahteraan rakyat serta memperbaiki lingkungan Indonesia lewat program CSR yang berkelanjutan. Banyaknya program CSR yang digunakan dengan aktif serta berkelanjutan oleh PT Pertamina (Persero) antara lain yakni guna meningkatkan kesejahteraan SDA serta lingkungan alam. Seluruh aktivitas CSR ditentukan sesuai kebutuhan Rakyat Indonesia serta menghentikan masalah yang tengah terjadi.

Hasil penelitian yang dilaksanakan peneliti lewat web resmi Pertamina (www.pertamina.com), PT Pertamina (Persero) adalah perusahaan yang ikut memperhatikan negara

lewat program CSR, 4 macam program CSR Pertamina dengan cara nasional mencakup yakni yang pertama, pendidikan serta pertamina, yang mencakup OSN-PTI, Pertamina Scholarship, Pertamina Youth Program - PYP, PGTC, Pertamina Peduli pendidikan, Pertamina Competition.

Ke-2, program CSR Pertamina serta masyarakat, mencakup Pertamina Peduli Korban KM Teratai Prima, Pertamina Peduli Bencana Manokwari, Pertamina Peduli Banjir Palopo, Pertamina Peduli Banjir Lamongan, Pertamina Peduli Banjir Cepu, Pertamina Peduli Longsor Sumbar, Pertamina Peduli Situ Gintung, Pertamina Peduli Gempa Bima, Pertamina Peduli Gempa Jabar, serta Pertamina Peduli Gempa Kerinci serta Padang.

Ke-3, program CSR Pertamina serta kesehatan, mencakup Rehabilitasi Hutan Mangrove, Kerajinan Eceng Gondok, Pertamina Green Act, Uji Emisi Gas Buang, Biopori, Green Festival, Green and Clean, Costal Clean Up, serta Green Planet.

Pertamina akan selalu memberikan kontribusi uang paling baik untuk lingkungan yang merupakan tanggung jawab sosial Pertamina. Festival Sobat Bumi diselenggarakan di tanggal 2-4 Desember 2013 yang merupakan bagian dari siklus sobat bumi yang menyangkut korporasi, sekolah, serta komunitas. Pada puncak Festival Bumi, Komisaris Utama Pertamina, Sugiharto beserta Direktur Utama Pertamina, Karena Agustiawan yang didampingi jajaran direksi serta komisaris Pertamina melakukan tanda tangan Deklarasi Nasional Pembentukan Karakter Sobat Bumi. Energy Today PT Pertamina (Persero) MOR jayapura bidang kesehatan melaksanakan kepedulian lewat aktivitas sosial screening paru tanpa dipungut biaya. Baksos diadakan pada Kantor Kecamatan Jayapura utara. Aktivitas tersebut melakukan kerja sama bersama BKKM serta adalah wujud tanggung jawab sosial Pertamina pada masyarakat yang ada di sekitar operasional perusahaan. Kecuali memberikan kontribusi pada usaha pengembangan mutu kesehatan masyarakat secara pengantisipasi pada mikro bakteri yang menyerang paru, dilaksanakan pula pemahaman pada masyarakat terkait bahaya mikrobakteria TBC dan kemudian masyarakat bisa mengetahui sejak awal penyakit itu.

Sesuai pada visi Pertamina yang merupakan perusahaan energi nasional kelas dunia, kepedulian serta komitmen Pertamina pada Tanggung Jawab Sosial. Pembangunan berkelanjutan bukan saja berfokus terhadap isu lingkungan. Melebihi itu, pembangunan berkelanjutan meliputi 3 lingkup kebijakan : perlindungan hukum, pembangunan ekonomi, sosial. Wujud tanggung jawab sosial Pertamina pada stakeholders terkhusus pada isu yang

mengalami perkembangan mengikutsertakan kehidupann lingkungan, ekonomi, serta sosial yakni lewat Pelibatan serta Pembangunan Masyarakat.

Hal menarik yang terdapat dalam implementasi CSR di Pertamina tentunya berhubungan dengan sejauh mana masing-masing bagian pada PT. Pertamina berkontribusi terhadap kesuksesan CSR tersebut. Salah satu bagian/departemen yang paling penting adalah bagian atau departemen eksternal relation yang tugas utamanya berhubungan dengan pembentukan citra positif PT. Pertamina dikalangan stakeholdersnya. Sesuai dengan latar belakang itu, peneliti berminat guna melaksanakan penelitian terkait CSR di PT Pertamina area pemasaran Jayapura Region VIII berjudul “Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Oleh External Relation PT Pertamina Marketing Operation Region VIII Maluku papua di jayapura”

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang, adapun rumusan masalah dalam penelitian yakni:

1. Bagaimana upaya yang telah dilakukan External Relation dalam mengimplementasikan program CSR sebagai upaya meningkatkan citra PT Pertamina pada kalangan stakeholders di Jayapura?
2. Faktor apa saja yang mendukung serta menghambat upaya yang di lakukan External Relations dalam mengimplementasi program CSR yang di laksanakan oleh PT Pertamina di Jayapura?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan yakni:

1. Guna memahami upaya yang telah dilakukan External Relation dalam mengimplementasikan progam CSR sebagai upaya meningkatkan citra PT Pertamina Jayapura untuk stakeholdersnya.
2. Guna memahani faktor apa saja mendukung serta menghambat peran External Relation dalam mengimplementasikan program Corporate Sosial Responsibility yang dilaksanakan oleh PT Pertamina di Jayapura untuk stakeholdersnya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat yakni

1. Manfaat Praktis

- a. Diharapkan penelitian dijadikan petunjuk untuk PT Pertamina area pemasaran regional Jayapura pada implementasi CSR guna masa mendatang.
- b. Menjadi subjek kajian untuk perusahaan lainnya untuk melakukan kegiatan CSR menjadi langkah mengembangkan citra sebuah perusahaan.

2. Manfaat Akademis

- a. Untuk bahan masukan pada peningkatan wawasan yang berhubungan pada tanggung jawab sosial perusahaan.
- b. Mendorong serta menarik peneliti baru pada bidang pembentukan citra perusahaan dari kegiatan CSR, dan akhirnya tetap bisa menyelaraskan dengan kemajuan serta perkembangan ilmu pengetahuan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Kontekstual

Guna memahami bentuk tanggung jawab sosial / CSR yang sudah dilaksanakan PT Pertamina Jayapura, khususnya di bagian External Relations PT. Pertamina Unit Jayapura.

2. Ruang Lingkup Konseptual

Guna memperluas wawasan serta pengetahuan peneliti terkait implementasi CSR dan korporasi dan hubungannya dengan pembentukan citra perusahaan.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistem penulisan ini yakni:

BAB I Pendahuluan

Mencakup latar belakang serta perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Memuat definisi serta konsep objek penelitian misalnya implementasi CSR untuk mengembangkan citra perusahaan oleh external relation, penelitian sebelumnya serta proposisi penelitian dan kerangka pemikiran.

BAB III Metode Penelitian

Memuat desain, objek, serta lokasi penelitian, sampel serta populasi, teknik pengambilan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, pengolahan data, parameter penelitian, serta teknik analisa data

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Memuat analisa serta pembahasan.

BAB V Penutup

Memuat kesimpulan, keterbatasan, serta saran.

