

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis yang pesat pada saat ini seharusnya diiringi dengan norma dan aturan yang bisa mengatur sebuah bisnis. Hal ini bertujuan untuk menciptakan kegiatan bisnis yang baik, lancar, dan berkesinambungan bagi pihak-pihak yang berkaitan satu sama lain. Kegiatan tersebut dimaksudkan untuk memberikan manfaat bagi keberlangsungan suatu perusahaan (Arijanto, 2012). Kegiatan bisnis yang dijalankan oleh pelaku bisnis merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan dari etika bisnis. Untuk mengatur tindakan dan bagaimana perilaku di dalam bisnis tersebut para pelaku bisnis harus mempunyai etika dan kepatuhan pada hukum yang berlaku (Arijanto, 2012). Hal ini dimaksudkan untuk mewujudkan kondisi bisnis yang efektif dan bermanfaat bagi masyarakat banyak yang tentu saja menjadi tanggung jawab bersama dengan tujuan menciptakan ekonomi bangsa dan negara yang sejahtera.

Menurut Pertiwi, dkk (2017) kesadaran dan tanggung jawab sosial perusahaan akan muncul dengan sendirinya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan tersebut seiring dengan berkembangnya perusahaan tersebut. Untuk mendapatkan penilaian yang terbaik dari masyarakat, perusahaan harus unggul untuk bisa bersaing secara ketat dengan perusahaan pesaingnya. Untuk membentuk citra positif bagi perusahaan dimata publik tersebut *corporate social responsibility* dapat menjadi salah satu pilihan yang perlu dikembangkan untuk mengelompokkan arah

dari tanggung jawab sebuah perusahaan terhadap persoalan isu sosial dan lingkungan. Menciptakan strategi keberpihakan sebuah perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan dapat dilakukan melalui *social responsibility*, karena bisa menjadi sarana untuk menjaga dan menghindari kemungkinan munculnya pandangan negatif pada sebuah perusahaan (Hadi, 2011).

Awal mulanya muncul istilah CSR adalah adanya ketidakpercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Perusahaan yang dimaksud disini tidak terbatas pada persero terbatas saja tapi juga kegiatan usaha yang berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum (Widjaja dan Pratama, 2008). Selain itu istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mulai digunakan sejak tahun 1970an dan semakin populer setelah kehadiran buku *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), karya John Elkington ini mengembangkan tiga komponen penting *sustainable development*, yakni *economic growth*, *environmental protection*, dan *social equity*, yang digagas *the World Commission on Environment and Development* (WCED) dalam Brundtland Report (1987), Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus: 3P, singkatan dari profit, *planet* dan *people*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (profit) melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). (Initiative, 2002).

Menurut undang-undang nomor 40 tahun 2007 yang mengatur hal-hal *corporate social responsibility* pada perseroan terbatas dikatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan adalah kewajiban perseroan untuk ikut serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan yang berguna untuk meningkatkan

kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun pada masyarakat pada umumnya. Kepatuhan penuh terhadap peraturan yang berlaku demi kepentingan dan tujuan yang sama dengan para pemangku kepentingan ini ditunjukkan oleh beberapa perusahaan. PT Gudang Garam melakukan pendekatan terhadap kesejahteraan komunitas, pendidikan dan tanggung jawab sosial melalui pembangunan berkelanjutan. Pada tahun 2019, perusahaan mengeluarkan dana sebesar Rp 28,3 miliar untuk mendukung program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan mencakup penyelenggaraan kegiatan tradisi budaya, pendidikan dan pembangunan prasarana sosial untuk kehidupan yang sehat dan aman. Selain itu, selama tiga tahun berturut-turut, Gudang Garam telah berpartisipasi dalam program renovasi rumah di Kabupaten Probolinggo di bawah inisiatif *One Village One Corporate* (OVOC), dengan menyediakan sanitasi yang layak dan kebutuhan perumahan bagi kaum disabilitas dan orang tua ([gudanggaramtbk.com](http://gudanggaramtbk.com)).

PT. Telkom juga turut andil dalam program CSR ini, dimana terdapat beberapa program yang menjadi komitmen Telkom terutama dalam bidang pendidikan. Program tersebut adalah *Indonesia Digital Learning (IDL) & My Teacher My Hero*, dimana merupakan sebuah program untuk mengupayakan pelatihan guru-guru di bidang digital guna mewujudkan pemberlajaran berbasis digital. Telkom juga turut berperan dalam lingkungan sosial dengan program *Socio Digi Leaders*. Program ini merupakan kompetisi ide kreatif dalam bidang sosial, lingkungan, *human resources*, teknologi, bisnis, produk, pengembangan system ataupun ide aplikasi digital. Diharapkan dengan adanya CSR ini mampu menjadi sarana hubungan yang saling berkaitan antara perusahaan dan masyarakat setempat,

dengan memberdayakan masyarakat setempat dan juga upaya agar operasional di perusahaan dapat berjalan lancar (telkom.co.id).

Masyarakat merupakan salah satu pihak yang berkepentingan bagi perusahaan. Setiap kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan secara tidak langsung dirasakan oleh masyarakat. Pembentukan citra positif bagi perusahaan memiliki kaitan erat dengan masyarakat, hal ini menjadi salah satu penopang bagi keberlangsungan suatu perusahaan. Artinya citra lahir dari pandangan masyarakat dan tidak selamanya citra yang terbentuk citra yang positif dimata masyarakat (Prasiska dan Nabila, 2017). Citra perusahaan merupakan sesuatu yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk dijaga dan dikembangkan. Perusahaan harus menciptakan citra yang positif dimata masyarakat sehingga citra yang positif akan memudahkan perusahaan untuk mencapai sukses berkelanjutan. Citra positif perusahaan juga akan memperkuat posisi perusahaan dalam menghadapi persaingan sehingga perusahaan mendapat kepercayaan dari publiknya (Indah dan Safitri, 2017). Pandangan dari masyarakat terhadap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan akan membentuk sebuah citra bagi perusahaan. (Weiwei, 2017).

PT. Pegadaian yang merupakan salah satu BUMN memiliki komitmen untuk menghadirkan Pegadaian yang menghasilkan keuntungan dan citra yang baik. Hal itu dibuktikan lewat kinerja sebagai perusahaan yang sehat, yang dapat membukukan laba setiap tahun dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 14% dalam 3 tahun terakhir (2015-2017). Bahkan pada tahun 2017 jumlah laba yang dibukukan sebesar Rp2,5 triliun dan di tahun ini diprognosakan akan mencapai Rp2,7 triliun. Di sisi lain, sebagai perusahaan yang menghasilkan "Nama Baik", diwujudkan dalam bentuk

program-program kepedulian kepada masyarakat melalui kegiatan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), termasuk CSR (pegadaian.co.id).

Hal itu sesuai dengan Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-09/MBU/07/2015 beserta perubahannya yang mengatur tentang pelaksanaan PKBL di BUMN, bahwasanya Pegadaian diwajibkan untuk menyisihkan sebagian laba perusahaannya (maksimal 4%) untuk dialokasikan dalam program PKBL. Menurut Direktur Pemasaran dan Pengembangan Produk, Harianto Widodo pendirian bank sampah ini merupakan salah satu bentuk kegiatan CSR Pegadaian, jadi orientasi kami bukan hanya fokus pada bisnis, tetapi juga bagaimana turut berperan dalam membangun lingkungan sekitar masyarakat yang merupakan salah satu stakeholder kami (pegadaian.co.id)

PT. Pegadaian (Persero) menyerahkan bantuan CSR kepada LPM Kelurahan Rawang, Minggu (4/11) di SD Komplek Teluk Bayur No 06, 28 dan 31 Rawang Timur. Bantuan CSR tersebut berupa gantungan sampah, bak tampungan sampah dan becak motor sampah, senilai Rp100 juta. Penyerahan bantuan dilaksanakan langsung oleh Pimpinan Wilayah PT. Pegadaian Kanwil II Pekanbaru, Yuliasman Djamas. Hadir pada kesempatan itu, Anggota DPRD Padang, Amril Amin, S.Ap, Camat Padang Selatan, Fuji Astomi, Deputi Bisnis Pegadaian Area Padang, Alnafiah Alius serta tokoh warga dan pihak terkait lainnya.

Ketua LPM Kelurahan Rawang, Herman K mengatakan, LPM menerima bantuan dari PT. Pegadaian semua ini tidak terlepas dari dukungan Lurah, Camat, RT, RW serta tokoh warga dan Anggota DPRD Kota Padang, Amril Amin, S.Ap. “Inilah kerjasama antara LPM dan PT. Pegadaian. Mudah-mudahan bantuan ini bisa

mengatasi masalah sampah di Kelurahan Rawang. Mari kita bersama-sama menyukseskan dan menyosialisasikan program-program PT Pegadaian,” ajak Herman K. Lurah Rawang, Muspeg mengucapkan terima kasih atas bantuan ini. “Kita sudah sepakat dengan LPM, RW, RT serta Majelis Taklim membuka diri untuk menyosialisasikan produk-produk yang ada di PT Pegadaian,” ungkapnya.

Pemimpin Wilayah PT. Pegadaian Kanwil II Pekanbaru, Yulihisman Djamas mengatakan, bantuan ini sebagai wujud panggilan sosial terhadap pembangunan di Kota Padang. Dalam hal ini peningkatan kebersihan. “Kita ingin bagaimana khususnya di Kelurahan Rawang ini bersih dan bebas dari sampah yang berserakan. Dampak sampah tersebut luar biasa buruk. Tidak hanya dari sisi penyakit tapi juga dapat menimbulkan banjir. Semua bantuan ini merupakan wujud kepedulian kita untuk pembangunan,” terangnya. Walikota Padang, diwakili Asisten Ekbang Kesra, Harmen Peri mengucapkan terima kasih kepada PT Pegadaian, “Alhamdulillah, CRS seperti inilah yang sangat kita harapkan di Kota Padang, karena memang dana APBD yang juga memiliki keterbatasan. Kita mengharapkan bantuan kali ini agar bermanfaat, dan dimanfaatkan secara baik. Sehingga masalah tentang kebersihan bisateratasi,” katanya. (posmetropadang.co.id).

Berkat program-program CSR yang telah dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Padang, pemerintah kota Padang beserta masyarakat mengucapkan terima kasih atas kepedulian PT. Pegadaian (Persero). Melalui kegiatan-kegiatan CSR tersebut PT. Pegadaian (Persero) mendapat citra yang positif di mata masyarakat yang tentu saja memiliki dampak jangka panjang bagi keberlangsungan perusahaan. Maka dari itu dilihat sudahkah penerapan program CSR tersebut tersebut

sudah mencapai hasil maksimal serta manfaat bagi masyarakat dan PT. Pegadaian (Persero).

Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, penulis menetapkan judul **“Penerapan Corporate Social Responsibility Untuk Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Padang”**.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada pemilihan judul dan informasi yang telah diuraikan diatas, maka dapat di ambil suatu perumusan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana penerapan *Corporate Social Responsibility* untuk meningkatkan citra perusahaan pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Padang ?
2. Bagaimana kendala dalam penerapan CSR untuk meningkatkan citra perusahaan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Padang ?
3. Bagaimana solusi untuk mengatasi kendala dalam penerapan CSR untuk meningkatkan citra perusahaan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Padang ?

### **1.3 Tujuan Magang**

Tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan magang ini melalui perumusan masalah diatas adalah untuk mengetahui

1. Untuk mengetahui penerapan *Corporate Social Responsibility* untuk meningkatkan citra perusahaan pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Padang.
2. Untuk mengetahui kendala dalam penerapan CSR untuk meningkatkan citra perusahaan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Padang

3. Untuk mengetahui solusi untuk mengatasi kendala dalam penerapan CSR untuk meningkatkan citra perusahaan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Padang

#### **1.4 Manfaat Magang**

Adapun manfaat penelitian, yaitu:

##### **1. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran atau pendapat kepada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Padang untuk meningkatkan citra terhadap perusahaan agar lebih baik lagi.

##### **2. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi dunia akademis dimana hasil yang ditemukan dalam penelitian ini dapat dijadikan sumber masukan dalam melakukan penelitian untuk selanjutnya mengenai penerapan *Corporate Social Responsibility* untuk meningkatkan citra perusahaan pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Padang.

#### **1.5 Metode Magang**

Metode observasi ialah metode yang mengandalkan data dan mengamati langsung di lapangan. Adapun proses dari metode ini merangkum, mengamati, menghitung, mendokumentasikan, memperkirakan serta mendata peristiwa. Metode ini boleh dikatakan sebagai aktivitas yang mencakup pendataan secara sistematis berbagai peristiwa, tingkah laku, serta sasaran yang diamati dan persoalan yang dibutuhkan untuk membantu kegiatan magang yang tengah dibuat oleh penulis.



## 1.6 Tempat dan Waktu Magang

Magang ini dilaksanakan pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Padang. Pelaksanaan magang dilakukan selama 40 hari kerja, pada tanggal 21 Januari – 8 Maret 2021.

## 1.7 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penulisan ini penulis membatasi pembahasan yang berhubungan dengan penerapan, kendala dan solusi *Corporate Social Responsibility* untuk meningkatkan citra pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Padang.

## 1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas konsep dan teori yang meliputi pengertian dari etika bisnis, *Corporate Social Responsibility*, dan citra perusahaan.

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini membahas tentang profil perusahaan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Padang, kegiatan yang dilakukan perusahaan, visi dan misi perusahaan, dan sejarah perusahaan.

#### **BAB IV PEMBAHASAN**

Pada bab ini membahas uraian dari penerapan, kendala serta solusi *Corporate Social Responsibility* untuk meningkatkan citra perusahaan yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Padang.

#### **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini membahas kesimpulan serta saran yang diberikan pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Padang sehingga bisa bermanfaat bagi kepentingan pihak perusahaan.



