

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab sebuah perusahaan yang orientasinya terhadap masyarakat dan juga bisnis. Pada konteksnya yaitu untuk menjalin hubungan dengan masyarakat. Perusahaan melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan dan membangun citra positif dimata masyarakat. Upaya tersebut bertujuan untuk membangun kepercayaan terhadap perusahaan. Dalam hal bisnis pun perusahaan memiliki kebijakan mengenai perencanaan untuk memperoleh profit dan menang dalam persaingan.

Membangun suatu citra positif perusahaan tentunya harus memperhatikan banyak hal, salah satunya adalah komunikasi. Komunikasi merupakan sebuah media yang sangat penting dalam menyampaikan pesan kepada seluruh lapisan *stakeholder*. Untuk membangun sebuah citra positif perusahaan, tentunya dapat dilakukan dengan menjalankan berbagai cara yang sudah terencana. Salah satu program terencana tersebut yaitu dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR adalah jembatan penghubung antara sosial (*people*) dengan perusahaan. CSR haruslah mengikutsertakan banyak pihak, yaitu perusahaan, lembaga swadaya masyarakat, pemerintah, tokoh-tokoh masyarakat, perguruan tinggi, serta calon penerima manfaat, merupakan bentuk implementasi tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial.

Menurut Poppy (2018:250), terkait penerapan CSR di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 Ayat 1-4 mengenai Perseroan Terbatas, dimana perusahaan dalam bentuk PT yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam yang diwajibkan menganggarkan dana untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan, jika suatu perusahaan tidak melaksanakan kegiatan CSR maka dikenai sanksi sesuai dengan peraturan Perundang-undangan. Selanjutnya CSR juga telah dijelaskan pada Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor PER-09/MBU/07/2015 tanggal 03 Juli 2015 tentang Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan Badan Usaha Milik Negara, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-03/MBU/2016 tanggal 16 Desember 2016. Adanya Peraturan Menteri tersebut telah dijelaskan jika setiap perusahaan di bawah kementerian BUMN wajib menyisihkan keuntungan/laba perusahaan sebanyak 2.5 persen sampai 4 persen melalui program CSR.

PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Teluk Bayur atau yang lebih sering dikenal dengan PT. Pelindo II merupakan salah satu perusahaan yang berada di bawah naungan lembaga Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak pada jasa kepelabuhan. Perusahaan tersebut beroperasi dengan memanfaatkan atau menggunakan Sumber Daya Alam (SDA). Dengan artian, kemungkinan bisa menimbulkan kerusakan terhadap lingkungan terutama pada wilayah area pelabuhan. Karena itu perusahaan memberikan kontribusi sebagai bentuk kepedulian perusahaan kepada masyarakat melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. PT. Pelindo II

telah banyak melakukan program-program CSR melalui peningkatan pembangunan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang tergabung dalam anggota mitra bina lingkungan, pengembangan akses teknologi, penciptaan lapangan kerja dan pengembangan keterampilan, penciptaan kekayaan dan pendapatan, kesehatan serta investasi sosial yang bertanggung jawab dan mengoptimalkan sumber daya yang ada.

Berdasarkan wawancara awal dengan Iskandar yang menjabat sebagai Supervisor PKBL PT. Pelindo II pada Senin, 6 Januari 2020. Mengutarakan jika PT. Pelindo II sudah banyak menyalurkan bantuan sebagai bentuk kepedulian perusahaan kepada masyarakat Provinsi Sumatra Barat melalui program kemitraan dan bina lingkungan. Program kemitraan merupakan bentuk program CSR yang memberikan pinjaman modal kepada masyarakat atau lembaga Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk menjalankan usahanya, dimana pinjaman tersebut harus dikembalikan lagi kepada perusahaan sesuai waktu yang telah disepakati dengan perusahaan. Sedangkan, Program Bina Lingkungan merupakan bagian dari program CSR, dimana perusahaan memberikan bantuan kepada masyarakat secara cuma-cuma (atau pada perusahaan dinamai dengan dana hibah), atau dana tersebut tanpa ada tuntutan untuk dikembalikan kepada perusahaan. Salah satu program CSR yang telah dijalankan PT. Pelindo II yaitu dalam bentuk program kemitraan di sektor industri, dimana perusahaan memberikan pinjaman modal kepada sektor industri produksi sulam bayang CV. Marini Bukittinggi untuk mengembangkan usahanya dan turut menjadi anak asuh PT. Pelindo II dengan selalu memberikan pelatihan tentang sektor industri.

Supervisor PKBL PT. Pelindo II, Iskandar juga menambahkan bahwa salah satu tujuan dari CSR yaitu ikut berkontribusi terhadap pengembangan masyarakat dan lingkungan sekitar wilayah perusahaan. Salah satu pengembangan tersebut adalah berupa pemberdayaan manusia. Dikarenakan pemberdayaan tersebut bertujuan untuk mengkreasikan masyarakat mandiri PT. Pelindo II sebagai perusahaan yang berada di bawah naungan kementerian BUMN, juga memiliki kewajiban yang sama atas hal tersebut. Pada penelitian ini peneliti mengambil fokus terhadap pemberdayaan usaha sulam bayang CV. Marini Bukittinggi yang telah lama menjadi anak asuh PT. Pelindo II. CSR pada perusahaan Pelindo II dijalankan dan dikelola oleh divisi Keuangan dan SDM, yaitu divisi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Pelaksana CSR memiliki tanggung jawab diantaranya; laporan keuangan, rekonsiliasi Kas-Bank, pengelolaan program kemitraan bina lingkungan, memantau pelaksanaan *survey* lapangan, evaluasi atau analisis permohonan pinjaman dana KBL, pembinaan KBL, menyusun rekomendasi permohonan dana pinjaman KBL, serta pengawasan, pemantauan pelaksanaan penagihan, dan penerimaan pinjaman KBL.

PT. Pelindo II Cabang Pelabuhan Teluk Bayur memiliki 844 Mitra Binaan. Itu semua terdiri dari 491 Mitra Binaan sudah lunas dan 353 Mitra Binaan yang masih aktif, diantaranya terdapat mitra binaan unggulan. Total dari mitra unggulan PT. Pelindo II tersebut yaitu 17 mitra yang mana mitra CV. Marini Bukittinggi yang bergerak dibidang sulam bayang merupakan mitra unggulan kedua, dengan menghasilkan tenaga kerja yang terbanyak, dapat meningkatkan omset penjualan, peningkatan produksi yang paling besar diantara mitra binaan lainnya, dan yang

utamanya CV. Marini Bukittinggi bisa mengikutsertakan atau memberikan manfaat kepada lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Selain itu, CV. Marini Bukittinggi merupakan salah satu mitra yang merasakan dampak akibat terhentinya program kemitraan yang sudah dijalankan oleh PT. Pelindo II.

Dari data yang peneliti dapatkan, berikut adalah beberapa nama-nama mitra binaan unggulan yang ada di PT. Pelindo II Cabang Teluk Bayur dari 17 mitra unggulan. Diantaranya sektor industri CV. MB Bordir di Bukittinggi. *Huller* Padi dengan nama CV. Resmiling Usaha Bersama di Kelurahan Cengkeh Nan XX Kota Padang. Sektor perdagangan sapi qurban dan P&D minimarket di Nagari Batu Kambiang Kabupaten Agam. Juga ada sektor jasa bengkel las aneka konstruksi yang beralamat di Solok Selatan. Beberapa mitra binaan lainnya tersebar di Kota Padang, Kabupaten Padang Pariaman, Kabupaten Pesisir Selatan, dan Kota Solok.

CV. Marini Bukittinggi menjadi anggota Mitra Binaan Unggulan kedua di PT. Pelindo II. Usaha CV. Marini Bukittinggi dimiliki oleh Watia Amril. Peneliti mengambil CV. Marini sendiri karena perusahaan ini memiliki banyak hal yang lebih unggul dari pada perusahaan lainnya. CV. Marini Bukittinggi bergabung dengan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) Cabang Pelabuhan Teluk Bayur sejak 23 Juni 2014 s/d 20 Mei 2017. Memiliki usaha produksi sulam bayang yang beralamat di dua tempat, untuk produksi utamanya di Kelurahan Gulai Bancah Kecamatan Mandiangin Koto Selayan Kota Bukittinggi, dan untuk produksi cabangnya beralamat di Nagari Barung-Barung Belantai Kecamatan Koto XI Tarusan Kabupaten Pesisir Selatan. Usaha produksi yang dijalankan melibatkan ibu-ibu rumah

tangga dan remaja putri sekitar rumah produksi yang diberikan bimbingan dan pelatihan agar dapat melestarikan salah satu keterampilan khas Minangkabau. Jumlah tenaga kerja yang ada di CV. Marini Bukittinggi sebanyak empat puluh orang dan borongan sebanyak lima orang.

CV. Marini Bukittinggi berdiri sejak tahun 1992, produksi yang dihasilkan adalah sulam bayang dan bordiran yang merupakan hasil rancangan, ide, desain Watia Amril sendiri. Proses pekerjaannya dikerjakan langsung oleh tangan Watia, karena alat yang digunakan adalah alat tradisional, hal tersebut yang membanggakan Watia karena sulamannya berbeda dengan yang ada di pasaran. Kebanyakan produksi biasanya memakai mesin dalam pengerjaannya. Setelah menjadi anak asuh PKBL Cabang Pelabuhan Teluk Bayur usaha yang dijalankan Watia mengalami perkembangan dalam segi pendapatan usaha, mengembangkan usaha cabang sehingga menambah tenaga kerja, bahkan mulai merambah ke bisnis seragam sekolah di kota lain.

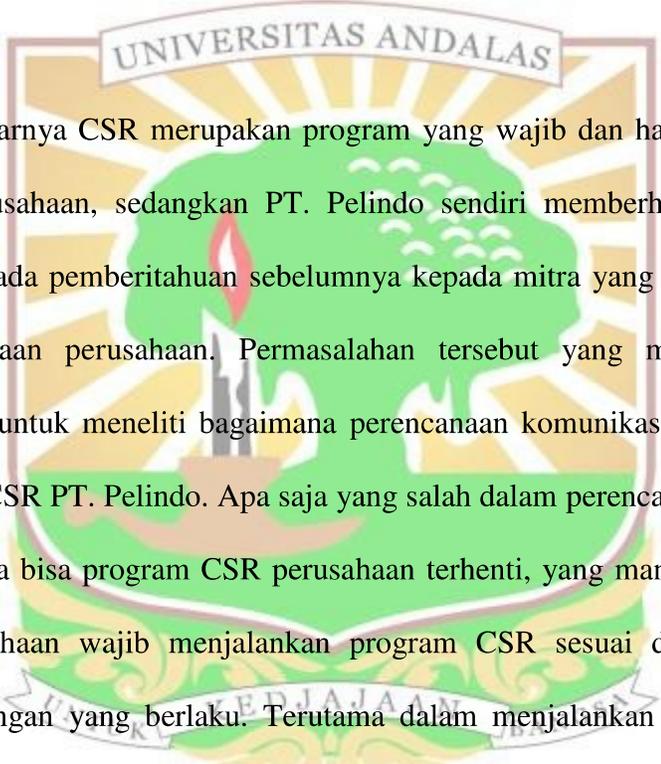
Pelaksanaan program CSR itu sendiri haruslah memiliki perencanaan komunikasi yang baik. Karena pelaksanaan program merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara menyeluruh dan hati-hati dalam perencanaan komunikasi. Sebab jika pemilihan sebuah strategi salah atau keliru maka hasil yang diperoleh bisa fatal. Terutama kerugian dari segi materi, waktu dan tenaga. Oleh karena itu strategi juga merupakan rahasia yang harus disembunyikan oleh perencana, pelaku komunikasi dan sekaligus pelaksana CSR, khususnya bagian PKBL.

Program yang sudah direalisasikan PT. Pelindo II, pada tahun 2017 terhenti tanpa adanya sosialisasi terlebih dahulu dari perusahaan kepada anggota mitra bina lingkungan PT. Pelindo II. Itu membuktikan bahwa program yang di jalankan CSR PT. Pelindo II belum sepenuhnya dapat dijalankan pada saat sekarang ini pada realitanya dalam pemberdayaan sumber daya manusia (SDM) terhadap masyarakat umum dan juga dirasakan oleh CV. Marini Bukittinggi. Jika kita merujuk pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007, Pasal 74 Ayat 1-4 jelas dinyatakan bahwasanya setiap perusahaan dalam bentuk PT wajib melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial kepada masyarakat dan jika tidak dikenakan sanksi.

Selanjutnya kita melihat Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-03/MBU tanggal 16 Desember 2016 yang menyatakan bahwa setiap perusahaan di bawah kementerian BUMN wajib melaksanakan kegiatan CSR melalui Program Kemitraan dan Bina lingkungan (PKBL). Dimana terkait dengan hal ini muncul pertanyaan apakah keberadaan PT. Pelindo II memberikan manfaat bagi anggota mitra lingkungan dan masyarakat, selain itu ternyata banyak masyarakat yang tidak mengetahui mengenai PKBL yang dilaksanakan PT. Pelindo II.

Permasalahan tersebut yang menjadi landasan peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh pelaksana CSR PT. Pelindo II dalam menjalankan PKBL khususnya pada program kemitraan sektor industri pada CV. Marini Bukittinggi. Karena pada dasarnya CSR merupakan program yang harus dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan. Hal tersebut senada dalam buku Komunikasi Organisasi, ISO 26000 menerjemahkan tanggung jawab sosial sebagai

tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan kepentingan dari para *stakeholder*, sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional; terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa. (Poppy, 2018:251).



Pada dasarnya CSR merupakan program yang wajib dan harus dilaksanakan oleh setiap perusahaan, sedangkan PT. Pelindo sendiri memberhentikan program CSR nya tanpa ada pemberitahuan sebelumnya kepada mitra yang tergabung dalam program kemitraan perusahaan. Permasalahan tersebut yang menjadi landasan peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh pelaksana CSR PT. Pelindo. Apa saja yang salah dalam perencanaan komunikasi tersebut sehingga bisa program CSR perusahaan terhenti, yang mana dalam konteks dasarnya perusahaan wajib menjalankan program CSR sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Terutama dalam menjalankan program PKBL, khususnya dalam upaya pemberdayaan usaha industri terhadap CV. Marini Bukittinggi. Apakah peran *Corporate Social Responsibility* PT. Pelindo II telah sesuai peran dan fungsi sebagaimana mestinya. Karena pada dasarnya CSR merupakan program yang harus dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan. Sehingga peneliti mengangkat penelitian dengan judul “*Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Pelindo II Melalui Program Kemitraan*” dengan studi kasus

CSR PT. Pelindo II pada pemberhentian dana usaha sulam bayang CV. Marini Bukittinggi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana perencanaan komunikasi pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yang dijalankan PT. Pelindo II dalam program kemitraan pada usaha CV. Marini Bukittinggi?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan perencanaan komunikasi CSR PT. Pelindo II melalui program kemitraan pada usaha sulam bayang CV. Marini Bukittinggi.
2. Untuk menganalisis proses komunikasi pelaksanaan CSR PT. Pelindo II melalui program kemitraan pada usaha CV. Marini Bukittinggi.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam pembelajaran jurusan Ilmu Komunikasi khususnya tentang mata kuliah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan sebagai pijakan juga referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan analisis dan perencanaan komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai acuan para pelaku *Public Relations* khususnya pelaksana *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan-perusahaan atau instansi dalam bentuk analisis komunikasi dengan tujuan membina komunikasi yang baik dan efektif dengan masyarakat dan lingkungan sekitar yang menghasilkan *output* bagi PT. Pelindo II kedepannya yaitu adanya; peningkatan citra perusahaan, pengembangan dan pengamanan aset, dan penguatan daya saing perusahaan.

