

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya tidak hanya berorientasi pada *profit* semata. Meskipun tujuan utama berdirinya suatu perusahaan adalah untuk meraih keuntungan sebanyak-banyaknya, namun tidak dibenarkan jika perusahaan meraih keuntungan tersebut dengan mengorbankan kepentingan-kepentingan pihak lain yang terkait yakni para *stakeholders*. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan Holmes dalam jurnal yang ditulis Moir yang berjudul *What Do We Mean By Corporate Social Responsibility* (2001, hlm. 17) yang menemukan bahwa selain mencetak keuntungan, perusahaan juga harus membantu untuk memecahkan masalah sosial, atau perusahaan membantu untuk tidak membuat masalah. Karena hal ini memiliki potensi keuntungan baik jangka pendek maupun jangka panjang. Setiap perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial atas tindakan dan kegiatan bisnisnya yang mempunyai dampak, baik langsung maupun tidak langsung terhadap *stakeholders* dan lingkungan dimana perusahaan itu berada. Perusahaan dituntut untuk bertanggung jawab sosial di tengah banyak krisis yang sedang terjadi di Indonesia, salah satunya adalah masalah sosial seperti masalah kualitas masyarakat. Thomas dalam Rajasekhara (2010, hlm. 36) mengungkapkan:

“Social responsibility is the expectation that businesses or individuals will strive to improve the overall welfare of society”.

Ini berarti masalah kualitas masyarakat ini menjadi tanggung jawab semua pihak baik pemerintah, industri perusahaan serta setiap insan masyarakat Indonesia yang berperan dalam mewujudkan kesejahteraan sosial dan peningkatan kualitas manusia.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* yang dikenal saat ini mulai populer pada tahun 1970-an, namun konsep tanggung jawab sosial (*social responsibility*) sudah dikemukakan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953. Kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* ini sedang marak dilakukan oleh perusahaan di Indonesia maupun di luar negeri. Menurut *World Business Council for Sustainable Development* CSR adalah

“The continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their family as well as of the local community and society at large”.

Yang berarti komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki mutu hidup angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas. Sedangkan Indonesia Business Links (dalam Kartini, 2009, hlm. 2) menyatakan bahwa CSR adalah

“The commitment of business to minimize its negative impact and maximize its positive contribution to all stakeholders in connection in economic, social, and environmental aspect to achieve sustainable development”.

Definisi ini menekankan perlunya komitmen perusahaan untuk meminimalisir dampak negatif dengan memaksimalkan kontribusi positif kepada seluruh stakeholders dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk memperoleh pembangunan berkelanjutan. Maka dari pengertian inilah saat ini perusahaan berlomba-lomba dalam melaksanakan program CSR karena kesuksesan perusahaan dipandang dari komitmen perusahaan dalam membangun kepercayaan publik melalui implementasi tanggung jawab sosial perusahaan itu. Tindakan sekecil apapun yang dilakukan perusahaan akan sangat berarti bagi sosial masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan itu beroperasi. Seperti yang dikemukakan Elkington dalam bukunya *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century*

Business bahwa kebijakan perusahaan yang hanya bertujuan mencari *profit* saja telah berganti menjadi kebijakan yang berlandaskan *triple bottom lines* (*profit, planet, & people*). Elkington menegaskan bahwa perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*). Melainkan pula, memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*) (Suharto, 2008, hlm. 4).

Pelaksanaan program CSR dapat dilaksanakan melalui beberapa kegiatan yang memberikan dampak positif bagi ekonomi, sosial dan lingkungan masyarakat disekitar perusahaan. Pelaksanaan aktivitas CSR di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan ditandai dengan disahkannya Undang-Undang Perseroan Terbatas atau UU PT Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, menyatakan bahwa Ayat (1) perseroan yang menjalankan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, (2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran, (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Sehingga kegiatan CSR ini sudah menjadi suatu budaya bagi sebagian besar perusahaan di Indonesia, khususnya PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. Unit Palimanan. Kegiatan CSR PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. telah berjalan semenjak perusahaan mulai berdiri pada tahun 1999 atau jauh sebelum UU PT disahkan hingga sekarang dan terus mengembangkan kreativitas untuk kemajuan masyarakat dan lingkungan. Namun, pada tahun 2014 bisnis yang bergelut dalam bidang produksi semen dimana merupakan bisnis utama PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. diterpa isu pencemaran lingkungan yang berdampak pada kepercayaan masyarakat dan citra perusahaan.

Isu pencemaran lingkungan yang diangkat adalah: (a) memunculkan polusi, (b) kebisingan dan kerusakan fungsi lingkungan akan berdampak pada menyusutnya debit air dan kekeringan, (c) perusakan fungsi hutan yang selama ini mampu untuk menampung air hujan sehingga mengurangi besaran air dan derasnya banjir, berpotensi banjir bandang, (d) penurunan tingkat produksi tanaman pangan, (e) debu dari hasil pembakaran batu bara menutup stomata daun sehingga menurunkan tingkat produktifitas tanaman. (Walhi. 2014).

Hal ini telah mencemarkan nama baik perusahaan dan hilangnya kepercayaan masyarakat yang berhubungan dengan kegiatan operasionalnya. Namun, dengan digalakkannya revitalisasi bekas tambang batu kapur membawa angin segar dengan menetapkan komitmen serta paradigma yang baru yaitu untuk menjaga kelestarian lingkungan salah satunya dengan menggunakan teknologi dan bahan bakar yang ramah lingkungan. PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pertambangan batu kapur untuk memproduksi semen yang menerapkan program CSR dan berkomitmen menyisihkan dana kontribusi sosial untuk pengembangan masyarakat dan lingkungan sebesar 2% dari *Net Sales* per tahun.

PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. telah melakukan kegiatan CSR meliputi program 5 Pilar yakni program pendidikan, sosbudagor, ekonomi, kesehatan, keamanan, dan SDP (*Sustainable Development Program*). Melalui kebijakan CSR PT Indocement Unit Palimanan yaitu menekankan pentingnya membangun hubungan baik dengan masyarakat di Kecamatan Ciwaringin khususnya, yang merupakan salah satu daerah yang sering mendapat perhatian dari CSR *Section*. Program Batik Tulis Pewarna Alam Ciwaringin bertujuan sebagai sarana peningkatan kesehatan dan kesejahteraan pengrajin batik. Sentra pengembangan batik tulis pewarna khas ciwaringin menerapkan sistem produksi bersih (*clean production*), ramah lingkungan, dan memperhatikan kesehatan dan keselamatan pengrajin dan pengelolaan limbahnya. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk menghidupkan kembali sentra sebagai pusat pemasaran produk batik

khas Ciwaringin yang representatif, menjadikan sentra sebagai tempat lahirnya pembatik-pembatik baru, dan berkontribusi mengurangi pengangguran. Pada prinsipnya program ini di maksudkan untuk membangun “budaya mutu” dan kelompok usaha yang kuat dari dan oleh para pengrajin batik, dengan cara menghidupkan, membangun dan memperkuat modal sosial serta dilakukan fasilitasi, transfer ilmu, teknologi, dan pendampingan. Di samping itu juga Program Batik Tulis Pewarna Alam Ciwaringin merupakan program *Sustainable Development Program* yang dilakukan dengan cara mendampingi pengrajin selama lima tahun, maka dampak yang dirasakan dari pelaksanaan program ini tidak hanya dirasakan saat program dilaksanakan, tetapi dapat dirasakan berkelanjutan oleh masyarakat.

PT Indocement Unit Palimanan berusaha menempatkan masyarakat dan lingkungan sekitar sebagai bagian penting dan menyatu dengan proses bisnis perusahaan. Bahkan sebelum adanya peraturan perundang-undangan mengenai CSR, PT Indocement Unit Palimanan telah terlebih dulu secara aktif berkontribusi bagi masyarakat sekitar. Hal ini dilandasi bahwa kegiatan usaha yang dilakukan bersentuhan langsung dengan masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan. Mengingat PT Indocement Unit Palimanan merupakan perusahaan yang memproduksi semen dan saat ini merupakan salah satu produsen semen terbesar di Indonesia, dimana banyak materil tambang yang dapat menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat maupun lingkungan sekitar.

Industri bidang tambang perlu membangun citra perusahaan yang baik untuk meningkatkan kredibilitas dan daya saing perusahaan, memberikan rasa nyaman bagi seluruh masyarakat sosial maupun lingkungan pada tempat usaha tersebut dijalankan, sebagai bagian dari pembentukan citra positif dan strategi dalam menghadapi krisis yang sedang dihadapi dan kemungkinan terjadinya krisis dimasa mendatang. Sesuai dengan misi indocement yaitu:

“Kami berkecimpung dalam bisnis penyediaan semen dan bahan bangunan berkualitas dengan harga kompetitif dan tetap memperhatikan pembangunan berkelanjutan”.

Kepedulian Indocement tidak hanya terhadap lingkungan alam namun juga terhadap lingkungan sosial. Hal ini di implementasikan melalui program Pendampingan Kelompok Batik Tulis Pewarna Alam di Kecamatan Ciwaringi.

PT Indocement menilai bahwa kegiatan CSR ini selain meningkatkan kualitas kehidupan sosial juga mampu meningkatkan daya saing perusahaan karena berhubungan dengan lingkungan, sosial dan tentunya mendapat dukungan dari masyarakat. Jika kita memperhatikan dukungan dari masyarakat ini khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan sangat penting untuk meningkatkan citra perusahaan-perusahaan di Indonesia khususnya citra perusahaan PT Indocement. Sebuah perusahaan tidak dapat dipungkiri membutuhkan kegiatan CSR untuk meminimalisir risiko atau citra negatif yang pernah terbentuk dimasa lalu, seperti yang diungkapkan Kurtz dan Boone dalam Jurnal *Corporate social responsibility: a study of Kazakhstan corporate sector* yang ditulis oleh Rajasekhara (2010, hlm. 36) salah satu hal yang menyebabkan bahwa CSR diperlukan adalah untuk meningkatkan citra perusahaan.

Setiap perusahaan perlu memiliki citra yang baik. Image positif tersebut dapat berguna sebagai modal non financial dan nilai tambah bagi perusahaan agar bisa tumbuh dan berkembang. Hal ini dapat menguatkan peran strategis CSR sebagai investasi sosial jangka panjang yang bermanfaat dan secara berangsur akan membentuk citra positif terhadap suatu perusahaan. CSR akan menjadi aset strategis perusahaan karena CSR sebagai investasi sosial yang akan menjadi sumber keunggulan kompetitif perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang. Namun, sejatinya kegiatan ini dilakukan dengan mengedepankan kejujuran melalui aktivitas perusahaan yang terbuka dan transparan sehingga diharapkan keberadaan dan aktifitas perusahaan selalu didukung dan

diterima oleh masyarakat khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut.

Untung (dalam Vegawati, 2016, hlm. 3) menjelaskan bahwa citra perusahaan yang akan menjamin pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan (*sustainability*) bila perusahaan memberi perhatian pada aspek ekonomi, sosial dan lingkungan sekitar. Masyarakat juga sudah pintar dalam menilai bagaimana kontribusi suatu perusahaan terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Selama ini, CSR di identikkan dengan seberapa besar uang yang dikeluarkan oleh perusahaan. CSR tidak hanya dilihat dari besarnya uang yang telah diberikan perusahaan, nilai intangible juga sangat penting terkait dengan sejauh mana perusahaan aktif dan proaktif dengan lingkungan. Berdasarkan pada hal tersebut saat ini beberapa perusahaan telah melaksanakan program CSR sebagai suatu komitmen, tanggung jawab perusahaan dan kontribusi dalam aspek ekonomi, sosial, lingkungan hidup dan diharapkan memperoleh dukungan dari masyarakat luas dan berdampak positif terhadap citra perusahaan.

Sejalan dengan yang diungkapkan Untung, Viola (2009, hlm. 20) menyatakan bahwa citra merupakan aset yang penting dalam suatu perusahaan, citra yang baik merupakan perangkat yang kuat bukan hanya untuk menarik konsumen tapi juga untuk memperbaiki kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan itu. Citra perusahaan tidak bisa direkayasa, artinya citra tidak datang dengan sendirinya melainkan dibentuk oleh masyarakat, dari upaya komunikasi dan keterbukaan perusahaan dalam usaha membangun citra positif yang diharapkan.

CSR merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi harapan *stakeholder*. Kegiatan CSR tersebut dapat berupa kondisi kerja, keselamatan, pembangunan sosial dan hak asasi manusia, perilaku etis dalam praktek bisnis atau bertanggung jawab dalam dampak lingkungan dari operasi bisnis. Peran kegiatan ini adalah untuk meningkatkan citra perusahaan dan meningkatkan motivasi dan loyalitas terutama antara karyawan dan pelanggan, tetapi juga di antara para pemangku kepentingan lain seperti pemasok dan pengecer (Lantos dalam Heide, 2008, hlm. 216).

Maka dari itu, manfaat kegiatan CSR adalah untuk membangun citra positif perusahaan dengan melaksanakan berbagai kegiatan CSR yang dilaksanakan sesuai dengan kebijakan perusahaan. Selain itu, CSR penting untuk kemaslahatan dua pihak yaitu, kepentingan stakeholder dan untuk keberlangsungan operasi bisnis perusahaan.

Hal tersebut pula yang peneliti coba buktikan melalui penelitian ini karena perusahaan tambang khususnya perusahaan yg bergerak dalam tambang batu kapur untuk memproduksi semen yang merupakan bisnis pokok PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk memiliki citra kurang baik dari berbagai pihak seperti pecinta alam, Walhi, dan masyarakat khususnya. Banyak kasus penolakan masyarakat terhadap pabrik semen. Seperti yang terdapat pada tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1.1

Daftar Penolakan Masyarakat Terhadap Pabrik Semen di Media Massa

No	Tanggal	Kegiatan	Pihak yang Terlibat
1.	20 Agustus 2014	Warga Pati Tolak Rencana Pembangunan Pabrik Semen	Masyarakat 14 desa di Pati, DPRD, Gubernur
2.	12 Januari 2015	Masyarakat Pati Demo Tolak Pabrik Semen	Warga dari Kecamatan Kayen, Tambakromo, Sukolilo, Kabupaten Pati, Jawa Tengah
3.	13 Mei 2015	Ribuan Warga Pati Demo Tolak Pabrik Semen Baca Asmaul Husna	Masyarakat dari Kecamatan Kayen, Tmbakromo, Sukolilo, Kabupaten Pati, Jawa Tengah, Komisi C DPRD
4.	24 Juli 2015	<i>Ricuh Rencana Pabrik Semen di Pati, BKPM: Itu Urusan Pemda</i>	Jaringan Masyarakat Peduli Pegunungan Kendeng (JMPPK), Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM)
5.	23 Juli 2015	<i>Aksi Unjuk Rasa Tolak Pabrik Semen di Pati Ricuh</i>	Jaringan Masyarakat Peduli Pegunungan Kendeng (JMPPK), Kepolisian
6.	23 Juli 2015	<i>Unjuk Rasa Menolak Pabrik Semen Berujung Rusuh</i>	Jaringan Masyarakat Peduli Pegunungan Kendeng (JMPPK), Kepolisian
7.	10 Februari 2016	5 Desa di Kebumen Tolak Pembangunan Pabrik Semen	Persatuan Rakyat Penyelamat Karst Gombang (Perpag)
8.	13 April 2016	Tolak Pembangunan Pabrik Semen, Sejumlah Wanita Lakukan Aksi Cor Kaki	9 Wanita Asal Pegunungan Kendeng, Komnas Perempuan, LBH

Rully Rahmayani, 2016

PENGARUH PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP CITRA PT INDOCEMENT TUNGGAL PRAKARSA Tbk.

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

9.	22 April 2016	Kasus Rembang, Semen Indonesia (SMGR) Ingin Dialog	Manajemen korporasi semen milik negara, PT Semen Indonesia (Persero) Tbk., Masyarakat Rembang
10.	23 April 2016	Semen Indonesia <i>Keukeuh</i> Bangun Pabrik Meski Warga Rembang Menolak	Direktur Utama Semen Indonesia

Sumber: Rangkuman dari berbagai situs berita online Indonesia

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. Dalam Program “Pendampingan Kelompok Batik Tulis Pewarna Alam” di Masyarakat Kecamatan Ciwaringin Cirebon”

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran program Pendampingan Kelompok Batik Tulis Pewarna Alam di Masyarakat Kecamatan Ciwaringin Cirebon?
2. Bagaimana gambaran citra perusahaan PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk.?
3. Adakah pengaruh program Pendampingan Kelompok Batik Tulis Pewarna Alam terhadap citra PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. di masyarakat Kecamatan Ciwaringin Cirebon?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendapatkan gambaran tentang program Pendampingan Kelompok Batik Tulis Pewarna Alam PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. di masyarakat Kecamatan Ciwaringin.
2. Untuk mendapatkan gambaran tentang citra PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. di masyarakat Kecamatan Ciwaringin.
3. Mengetahui pengaruh program Pendampingan Kelompok Batik Tulis Pewarna Alam di masyarakat Kecamatan Ciwaringin terhadap citra PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk.

Rully Rahmayani, 2016

PENGARUH PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP CITRA PT INDOCEMENT TUNGGAL PRAKARSA Tbk.

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Segi Teoritis

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat untuk pengetahuan di dunia akademis khususnya di bidang komunikasi yang berkaitan dengan pembentukan dan manajemen citra perusahaan di kalangan pemangku kepentingan.

1.4.2 Segi Praktis

1. PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk. diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam mengukur citra perusahaan di kalangan masyarakat penerima program CSR dan nantinya dapat digunakan sebagai bahan evaluasi ataupun tindak lanjut dari Pendampingan Kelompok Batik Tulis Pewarna Alam di masyarakat Kecamatan Ciwaringin.
2. Praktisi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dalam membaca citra perusahaan yang berkembang di masyarakat yang notabennya kontra dengan bisnis yang dijalankan perusahaan tertentu.
3. Akademisi, diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai citra perusahaan ataupun hal lain yang terkait dengan penelitian ini.

1.4.3 Segi Kebijakan

Diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan yang memiliki citra negatif dalam menjalankan suatu program CSR agar bernilai positif bagi citra perusahaan. Selain itu, diharapkan perusahaan dapat mengadakan program CSR yang lebih berkualitas sebagai sarana manajemen citra perusahaan.

1.4.4 Segi Isu dan Aksi Sosial

Penelitian ini diharapkan memberikan pandangan baru terkait inisiatif perusahaan mengadakan program-program CSR yang memiliki maksud tersendiri, salah satunya adalah terbentuknya citra positif perusahaan. Akan tetapi penelitian ini mencoba mengungkapkan bahwa program CSR ini tidak hanya untuk menciptakan citra positif perusahaan, disisi lain manfaat program CSR adalah membantu masyarakat untuk berkembang.

Rully Rahmayani, 2016

PENGARUH PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP CITRA PT INDOCEMENT TUNGGAL PRAKARSA Tbk.

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Hasil penelitian ini akan ditulis dalam lima bab, masing-masing bab dibahas dan dikembangkan dalam beberapa sub bab. Secara sistematis sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan yang merupakan bentuk ringkas dari keseluruhan isi penelitian dan gambaran permasalahan yang diangkat. Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, serta struktur organisasi skripsi.

BAB II : Pada bab ini berisi Kajian Pustaka yang menguraikan landasan teori dan penelitian terdahulu yang akan digunakan sebagai acuan dasar teori dan analisis bagi penelitian ini. Bab ini juga menggambarkan kerangka teoritis.

BAB III : Pada bab tiga ini adalah metode penelitian, terdiri atas enam sub bab antara lain: desain penelitian, partisipan penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, prosedur penelitian dan analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : Dalam bab empat ini adalah temuan dan pembahasan yang memuat dua hal utama, yakni (1) temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan bentuknya sesuai dengan urutan rumusan permasalahan penelitian, dan (2) pembahasan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

BAB V : Pada bab lima ini adalah penutup yang merupakan bab akhir dalam penelitian. Bab ini berisi simpulan, implikasi, dan rekomendasi, yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian sekaligus mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian.