BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* menjadi salah satu pilar paling utama yang dilaksanakan perusahaan seperti yang diidentifikasi oleh Atiq dan Ozkan (2013, hlm. 5) dalam penelitiannya yang berjudul *Sustainable Corporate Entrepreneurship from a Strategic Corporate Social Responsibility Perspective* bahwa perusahaan tidak punya pilihan selain terlibat dalam tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan menjadikannya sebagai prioritas utama mereka dikarenakan pemerintah, masyarakat, dan media secara ketat memeriksa konsekuensi sosial dan lingkungan dari kegiatan perusahaan. Sahasranamam (2016, hlm. 2) menjelaskan kegiatan CSR bisa dilakukan dengan menciptakan nilai sosial dan ekonomi melalui kegiatan wirausaha sosial yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan perekonomian pemangku kepentingan perusahaan agar dapat memberikan timbal balik yang baik bagi perusahaan.

Zaefarian (2016, hlm. 2) menemukan bahwa pelaksanaan program CSR dapat memainkan peran penting dalam perkembangan perusahaan yang hidup di antara kondisi masyarakat dengan keadaan ekonomi tingkat rendah dan kurang beruntung. Dengan demikian, perusahaan melalui tanggung jawab sosialnya dapat merangkul dan meningkatkan kualitas hidup orang-orang tersebut. Terdapat dasar hukum yang mendasari pelaksanaan CSR di Indonesia pada UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas.

Ibrahim, et al. dalam penelitiannya *CSR in Small and Medium Sized Enterprises* (2015, hlm. 168) mengungkapkan bahwa kewirausahaan menjadi fondasi perekonomian dunia, kelompok tersebut juga berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan dan perkembangan ekonomi sebagai bukti warga negara yang baik. Proses untuk merumuskan dan mengimplementasikan kegiatan kewirausahaan menurut Bronn (2011, hlm. 112) dapat memberikan keuntungan

secara bisnis dan lingkungan dengan tujuan menghasilkan pendapatan dengan memenuhi ekonomi dan sosial perusahaan beserta lingkungannya.

Kewirausahaan menurut Harmeling et al dalam (Atiq dan Ozkan, 2013, hlm. 6) menjadi salah satu peluang untuk mengembangkan CSR di bidang ekonomi karena wirausaha memiliki kekuatan sebagai pendorong bagi operasi bisnis perusahaan yang berkelanjutan untuk dipahami dan diterapkan dalam praktik, yang tujuannya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan sosial serta menghasilkan keuntungan bagi sektor korporasi. Ibrahim (2015, hlm. 169) mengatakan bahwa wirausaha dapat sangat berpotensi untuk terlibat dalam kegiatan CSR diakui sebagai unsur penting yang dapat menjamin kelangsungan hidup dan pertumbuhan masyarakat sekitar. Akibatnya, ada kesadaran yang semakin besar akan kebutuhan untuk pemahaman yang lebih dalam dari kelompok perusahaan ini. Namun, harus dipahami bahwa banyak juga perusahaan yang tidak memiliki kecenderungan atau kemampuan untuk bertanggung jawab secara sosial. Oleh karena itu, memahami kondisi yang membentuk perilaku dan praktik yang bertanggung jawab secara sosial dalam UKM sangat penting untuk secara efektif mengutamakan praktik-praktik di antara kelompok perusahaan tersebut.

Sejalan dengan penelitian Ogunjirin (2015, hlm. 3) yang berjudul *CSR and Entrepreneurship*, dikatakan bahwa tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan melalui program kewirausahaan telah muncul sebagai faktor pendukung yang efektif untuk pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengembangan di segala aspek. Sebagai bukti, Sahasranamam, (2016, hlm. 5) meneliti bahwa sebagian besar perusahaan di beberapa negara di Asia Selatan sudah berhasil melakukan program CSR pada bidang kewirausahaan dan telah mendapat solusi untuk berbagai masalah sosial seperti kurangnya layanan keuangan, kurangnya pendidikan berkualitas, kurangnya layanan perawatan kesehatan, dan sosial lainnya dan tantangan ekonomi.

Dengan demikian, perusahaan akan berusaha untuk menanamkan kewirausahaan yang berkelanjutan sejalan dengan penelitian Atiq dan Ozkan (2013, hlm. 12) di mana wirausaha yang dilakukan secara berulang adalah proses untuk menanamkan keberlanjutan dalam operasi bisnis yang dilakukan perusahaan. Program tersebut dilakukan dengan pendekatan wirausaha (peluang-

pendekatan terpusat-inovasi-pengambilan risiko) dengan tujuan untuk menghasilkan nilai bersama.

Kewirausahaan dipandang sebagai proses penemuan ide, pengembangan ide melalui kreativitas atau inovasi, evaluasi ide, dan eksplorasi ide. Realisasi prospek kewirausahaan mendorong usaha kecil dan menengah (UKM) untuk menciptakan peluang yang layak melalui pembentukan perusahaan yang layak untuk tujuan menghasilkan laba (Ogunjirin, 2015, hlm. 3). Di Indonesia terdapat beberapa perusahaan yang telah menjalankan program CSR dengan konteks kewirausahaan seperti Pertamina yang memberikan pengetahuan, pelatihan, penyediaan saran, dan prasarana yang dibutuhkan dalam pemberdayaan warga melalui program UPPKS (Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera). Dilansir dari www.suaramerdeka.com, program tersebut bertujuan untuk membangun kemandirian masyarakat melalui pemberdayaan dengan menghasilkan produk-produk unggulan di desa sasaran. Salah satunya dilakukan di Desa Tawangsari, yang sudah menghasilkan 20 produk industri kecil layak jual seperti karak beras non-borax, karak susu, stik buah naga, dan pembangunan pengelolaan sampah terpadu. CSR yang rutin dilaksanakan ini diharapkan dapat mengokohkan kemandirian masyarakat menjadi lebih baik.

Dengan demikian, fokus CSR yang diambil dalam penelitian ini adalah dalam bidang ekonomi untuk mengembangkan wirausaha sosial, di antaranya dengan pemberian dana atau bantuan kepada masyarakat atau komunitas sasaran. Rachman dkk (2011, hlm. 11) menjelaskan bahwa kontribusi terhadap komunitas dan masyarakat merupakan salah satu bentuk keterlibatan perusahaan dalam optimalisasi dampak kehadirannya di bidang sosial, ekonomi, dan lingkungan. Keterlibatan perusahaan dalam tanggung jawab sosial perlu diintegrasikan dalam strategi bisnis perusahaan, khususnya bidang kontribusi terhadap komunitas dan masyarakat.

Hal ini menjadi penting karena membangun hubungan yang positif dengan pemangku kepentingan akan memberikan manfaat bagi kedua belah pihak. Salah satu indikator keberhasilan CSR yang telah dilaksanakan khususnya dalam mengembangkan wirausaha sosial adalah dengan berkembangnya UKM (Usaha Kecil dan Menengah) di kalangan masyarakat sekitar perusahaan baik secara

Anita Pauziah Sujana, 2018

MODEL KOMUNIKASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DALAM MENGEMBANGKAN

WIRUSAHA SOSIAL: Studi Kasus di PT. Indonesia Power UPJP Kamojang

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

kuantitas maupun kualitas. Semakin banyak berdirinya UKM, maka semakin terlihat jelas bahwa masyarakat sudah mampu mengembangkan usahanya secara mandiri berkat adanya tanggung jawab sosial yang diberikan perusahaan.

Penelitian ini menggunakan Model Manajemen CSR yang memiliki asumsi bahwa keterlibatan pemangku kepentingan harus menjadi inti dari model manajemen. CSR harus dikelola sebagai kegiatan bisnis lainnya dan elemen model manajemennya harus mudah diintegrasikan ke dalam struktur yang ada. Model CSR yang dimaksudkan Wood mengandung unsur-unsur seperti: (Jonker dan de Witte, 2006, hlm. 19)

- a. Kebijakan sosial, yang menyatakan nilai-nilai, keyakinan, dan tujuan perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan sosialnya.
- b. Program sosial, program atau kegiatan sosial tertentu, tindakan, dan instrumen yang dilaksanakan untuk mencapai kebijakan sosial.
- c. Dampak sosial, melihat perubahan konkret korporasi telah dicapai melalui program yang dilaksanakan di setiap periode.

Model manajemen CSR yang berisi semua elemen tersebut dengan keterlibatan pemangku kepentingan akan mudah diintegrasikan dan diterapkan seperti pada perusahaan energi, PT. Indonesia Power. Metode yang digunakan untuk mendukung jalannya pencarian informasi adalah metode penelitian kualitatif melalui pendekatan studi kasus dengan kasus tunggal, hal tersebut dikarenakan perlunya data yang lebih mendalam dari informan dengan melakukan wawancara mendalam terhadap Divisi Humas. Studi kasus merupakan tipe pendekatan yang dilakukan secara intensif, mendalam, mendetail, dan komprehensif. Oleh karena itu, fokus penelitian ini akan didasarkan pada kasus pelaksanaan program CSR wirausaha sosial di PT. Indonesia Power UPJP Kamojang atas isu kesejahteraan masyarakat pra-sejahtera dan tingginya angka pengangguran di wilayah perusahaan.

Hal lain yang mendasari penelitian ini dilakukan di PT. Indonesia Power dikarenakan perusahaan tersebut memiliki berbagai program CSR yang rutin dilakukan serta kini telah mencapai 80% dalam proses menjadi CSR terbaik Indonesia periode tahun 2017/2018 sehingga dapat dilakukan penelitian mengenai program CSR yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengembangkan wirausaha

Anita Pauziah Sujana, 2018

MODEL KOMUNIKASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DALAM MENGEMBANGKAN

WIRAUUSAHA SOSIAL: Studi Kasus di PT. Indonesia Power UPJP Kamojang

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

sosial masyarakat sekitar. Selain itu, dilansir dari situs resmi perusahaan yakni www.indonesiapower.co.id bahwa PT. Indonesia Power sering meraih berbagai penghargaan, salah satunya adalah meraih *Social Business Innovation Award* atas penerapan *triple bottom line* (3P) yang menunjang keberlanjutan perusahaan dengan mengedepankan pertumbuhan masyarakat pra-sejahtera sehingga menciptakan program-program CSR dengan baik dan inovatif, khususnya di bidang ekonomi.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tahap kepemimpinan dan komitmen CSR PT. Indonesia Power dalam mengembangkan wirausaha sosial?
2. Bagaimana tahap keterlibatan pemangku kepentingan CSR PT. Indonesia Power dalam mengembangkan wirausaha sosial?
3. Bagaimana tahap kebijakan dan struktur organisasi CSR PT. Indonesia Power dalam mengembangkan wirausaha sosial?
4. Bagaimana tahap pelaksanaan, pemantauan, dan tindakan korektif CSR PT. Indonesia Power dalam mengembangkan wirausaha sosial?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk memahami tahap kepemimpinan dan komitmen CSR PT. Indonesia Power dalam mengembangkan wirausaha sosial.
2. Memahami tahap keterlibatan pemangku kepentingan CSR PT. Indonesia Power dalam mengembangkan wirausaha sosial sesuai dengan isunya.
3. Untuk memahami tahap kebijakan dan struktur organisasi CSR PT. Indonesia Power dalam mengembangkan wirausaha sosial.
4. Memahami tahap pelaksanaan, pemantauan, dan tindakan korektif CSR PT. Indonesia Power dalam mengembangkan wirausaha sosial.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dengan dilakukannya penelitian ini, secara teoritis diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan peneliti dalam keilmuan komunikasi yang berfokus pada kajian model komunikasi CSR wirausaha.

2. Manfaat Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat menemukan prinsip-prinsip dasar ilmu komunikasi, serta memberikan kontribusi sebagai bahan referensi keilmuan komunikasi khususnya dalam ruang lingkup model komunikasi CSR wirausaha.

3. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan mahasiswa untuk mengaplikasikan prinsip-prinsip dasar ilmu komunikasi yang mengutamakan proses dan penerapan dalam model komunikasi CSR wirausaha.

4. Manfaat Isu

Penelitian ini diharapkan sebagai jawaban atas pengalaman pembaca yang pernah melakukan model komunikasi dalam berinteraksi, baik itu dalam ruang lingkup organisasi atau tidak.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Penjelasan sistematika dari struktur organisasi skripsi ini terdiri dari lima bagian, yaitu:

BAB 1: Pendahuluan. Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan struktur organisasi skripsi.

BAB II: Tinjauan pustaka. Dalam bab ini, diuraikan dokumen-dokumen atau data yang berkaitan dengan fokus penelitian serta teori-teori yang mendukung penelitian penulis, kerangka pemikiran, serta penelitian terdahulu.

BAB III: Metode penelitian. Pada bab ini penulis menjelaskan metode penelitian, teknik pengumpulan data, serta tahapan penelitian yang digunakan dalam penelitian mengenai model komunikasi CSR

dalam mengembangkan kewirausahaan sosial di lingkungan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang.

BAB IV: Analisis hasil penelitian. Dalam bab ini penulis menganalisis hasil temuan data yang telah dilakukan di PT. Indonesia Power UPJP Kamojang.

BAB V: Kesimpulan dan saran. Pada bab ini penulis berusaha memberikan saran dan kesimpulan sebagai penutup dari hasil penelitian dan permasalahan yang telah diidentifikasi dan dikaji dalam skripsi.