

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Penelitian ini akan membahas terkait program CSR dan *persepsi*. Penelitian ini berfokus pada program CSR yang dikelola oleh *Public Relations* yang dapat mempengaruhi *persepsi* perusahaan peduli pendidikan pada penerima Beasiswa Djarum Plus. Adapun alasan lain mengapa penelitian ini dilakukan, karena sejumlah faktor yaitu:

Sudah menjadi rahasia publik bahwa perusahaan rokok adalah salah satu dari perusahaan “berdosa” karena berdampak buruk pada kesehatan masyarakat dan kemunduran pada kemiskinan di kalangan orang miskin. Untuk para perokok yang merokok, konsumsi rokok adalah pengeluaran tertinggi setelah kebutuhan makan harian. Oleh karena itu dalam upaya untuk mengurangi persepsi negatif perusahaan melakukan kontribusi positif dengan program yang dilakukan oleh CSR. (Hirschorn, 2004, hlm. 450)

Menurut Tandilittin & Luetge (2015, hlm. 2) Tidak dapat dipungkiri bahwa perusahaan yang bergerak dalam bidang rokok memiliki persepsi yang negatif dalam pandangan masyarakat. Hal itu dikarenakan berbagai dampak negatif yang disebabkan karena produk perusahaan rokok tersebut. Perusahaan rokok telah menimbulkan kerugian yang tidak sedikit bagi masyarakat dan negara.

Penelitian yang dilakukan Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Kesehatan menunjukkan bahwa negara mengalami kerugian sebesar Rp 500 Triliun per tahun. Kepala Balitbang Kementerian Kesehatan, Siswanto, menyebutkan rokok menimbulkan kerugian baik secara langsung dan tidak langsung. Dampak langsung yaitu terkait banyaknya warga yang sakit akibat dari merokok dan kemudian harus keluar biaya pengobatan. Sebagian besar biaya pengobatan itu ditanggung oleh negara lewat program

asuransi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial. Sementara, dampak tidak langsung yaitu terkait kepala keluarga yang mati muda karena rokok.¹

Jokowi menyebutkan bahwa rokok menempati peringkat kedua konsumsi rumah tangga miskin dan rumah tangga miskin lebih memilih belanja rokok daripada belanja makanan bergizi. Jokowi menyebutkan konsumsi produk rokok dengan jumlah yang tinggi juga menyebabkan tingginya biaya kesehatan yang harus ditanggung negara, dan yang ditanggung masyarakat. Berdasarkan data dari BPJS Kesehatan, tahun 2015, lebih dari 50 persen biaya pengobatan dihabiskan untuk membiayai penderita penyakit tidak menular yang salah satunya disebabkan konsumsi rokok dan paparan asap rokok.²

Oleh karena itu perusahaan rokok, seperti perusahaan lainnya telah menggunakan CSR bukan hanya sebagai tameng saat diserang secara public, tapi juga sebagai pedang untuk merubah persepsi masyarakat menjadi baik tentang perusahaan. (Friedman, 2009, hlm. 819) Hal ini senada dari hasil penelitian Bossle (2015, hlm. 194) bahwa program yang diberikan oleh CSR berhasil secara efektif, dengan artian mengurangi persepsi yang tidak baik mengenai perusahaan rokok dan kemudian mendapatkan dukungan dari pasarnya.

Dalam hal ini Djarum yang merupakan perusahaan rokok yang cukup besar memiliki banyak program CSR yang salah satunya adalah “Beasiswa Plus” yang didirikan sejak tahun 1982 bertujuan untuk meningkatkan tingkat pendidikan bangsa dan menciptakan pemimpin masa depan untuk Indonesia. Beasiswa Djarum diberikan kepada kandidat yang memiliki kualitas tinggi dalam pencapaian akademik, kualitas kepemimpinan, dan kemampuan interpersonal pada penerima beasiswa.. Beasiswa Djarum memberikan dukungan finansial dan pelatihan *soft skills*, untuk menjadi pemimpin yang memiliki intelektualitas yang tinggi. Dengan demikian mampu untuk

1

<https://nasional.kompas.com/read/2017/05/16/12463081/kemenkes.sebut.negara.rugi.rp.500.triliun.karena.rokok>

²<https://nasional.kompas.com/read/2017/03/14/16535321/jokowi.rumah.tangga.miskin.lebih.pilih.rokok.daripada.makanan.bergizi>

menghadapi tantangan-tantangan di masa depan untuk bangsa yang lebih baik, Beasiswa djarum telah menyediakan beasiswa selama lebih dari 30 tahun untuk 10,355 mahasiswa dari 199 universitas.³ Program CSR perusahaan rokok dalam Pendidikan bertujuan untuk mempengaruhi institusi Pendidikan, para akademis, dan masyarakat (Gan, 2011, hlm. 12)

Dengan baiknya karir dan talenta yang dimiliki oleh penerima beasiswa dari perusahaan rokok, mereka akan memiliki posisi yang penting dan memiliki pengaruh yang besar di masyarakat. Melalui beasiswa yang mereka dapatkan, perusahaan rokok secara sistematis mendapatkan persepsi yang positif pada mahasiswa di Indonesia. Dengan demikian perusahaan rokok hanya memberikan beasiswa kepada mahasiswa yang bertalenta di Indonesia. Tandilittin & Luetge (2015, hlm. 5)

Dampak dari program CSR dalam bidang pendidikan, lingkungan, dan bantuan bencana berhasil mendapatkan persepsi yang positif dari masyarakat, dengan persepsi yang positif ini masyarakat memberikan akses kepada perusahaan rokok kepada pemerintah dalam menciptakan kebijakan public bagi perusahaan. (Fooks, 2011, hlm. 5). Ditemukan bahwa CSR dalam bidang pendidikan mempengaruhi persepsi menjadi positif yaitu dengan memberikan kontribusi positif dan signifikan meskipun kontra dengan perusahaan yang bergerak di bidang rokok. (Smirnova, 2012, hlm. 412)

Menurut hasil penelitian Rahmayani dan Silvana (2018, hlm. 186) menunjukkan bahwa program *corporate social responsibility* pada dimensi memperoleh skor rata-rata tertinggi yaitu *directionary*, hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat menganggap bahwa keberadaan perusahaan memberikan manfaat bagi mereka.

Paparan Vahdati & Mousavi (2015, hlm. 835) Ditemukan bahwa terdapat hubungan yang positif antara CSR dengan persepsi masyarakat. Program CSR dapat memberikan dampak positif bagi persepsi khalayak. Dengan demikian masyarakat menghukum atau memberi ganjaran kepada perusahaan yang melakukan CSR dengan membeli produk perusahaan. CSR mempengaruhi

³ <https://www.djarum.co.id/corporate-social-initiatives/educational-initiatives/>

persepsi masyarakat dan persepsi masyarakat mereka mempengaruhi keinginan dan tujuan mereka kemudian keinginan mereka akan menjadi perilaku.

Hasil dari penelitian Distefano dan Pisano (2016, hlm. 2) menunjukkan bahwa terdapat dua hasil; pertama persepsi positif diberikan masyarakat kepada perusahaan ketika program CSR dianggap tulus, sebaliknya ketika motif perusahaan didasari dengan motif internal dan hanya untuk mencari keuntungan maka persepsi yang diberikan adalah negatif

Terdapat juga pandangan ahli yang melihat bahwa CSR tidak melulu memberi kontribusi positif. Lukito (2011, hlm 30) memberikan paparan bahwa tidak semua program CSR berdampak kepada peningkatan persepsi positif perusahaan di mata masyarakat. Penilaian masyarakat mengenai program CSR yang dilaksanakan sangat mempengaruhi proses pembentukan persepsi perusahaan di mata masyarakat tersebut. Program CSR yang tidak direncanakan dengan baik akan menjadi tidak efektif dan gagal dalam memberikan dampak signifikan bagi masyarakat. Bahkan tidak menutup kemungkinan, pelaksanaan CSR yang tidak tepat sasaran akan menimbulkan persepsi negatif di benak masyarakat tentang program tersebut. Persepsi negatif ini akan berdampak buruk bagi pembentukan citra perusahaan. Sebaliknya, jika masyarakat memiliki persepsi positif tentang program CSR yang dilaksanakan perusahaan, citra perusahaan pun akan menjadi positif. Penilaian terhadap program CSR dapat menyangkut berbagai macam aspek, salah satunya adalah keberhasilan program. Masyarakat yang menilai program CSR berhasil akan memiliki persepsi yang positif pula mengenai program CSR tersebut. Bahwa dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa program CSR memberikan dampak positif terhadap persepsi masyarakat. Meskipun CSR dari perusahaan rokok memiliki tujuan yang mulia seperti pemberian beasiswa dan berdampak positif bagi masyarakat, tetap akan ada pihak yang memandang negatif bahwa CSR ini dilakukan hanya untuk meningkatkan popularitas dan hanya agar perusahaan tersebut dapat diterima oleh masyarakat. Penelitian menunjukkan bahwa tidak semua masyarakat memiliki persepsi positif terhadap perusahaan rokok yang melakukan CSR (Maignan dan Ralston, 2002, hlm. 470).

Penerapan CSR) di Indonesia sendiri diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan Terbatas (PT) pasal 74 yang menyebutkan adanya tanggung jawab sosial yang harus dipikul oleh perseroan terbatas. CSR merupakan salah satu upaya pemerintah menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi dan pemerataan ekonomi. CSR memiliki hubungan yang sangat kuat, searah dan signifikan dengan persepsi selain itu penerapan program CSR melalui *community support, environment, dan diversity* mampu membangun sebuah persepsi perusahaan yang positif. (Muhadjir, 2011, hlm. 193)

Penelitian ini menggunakan teori stakeholder, yaitu tanggung jawab sosial sebagai sejauh mana perusahaan mengasumsikan tanggung jawab ekonomi, hukum, etika dan diskresioner terhadap pemangku kepentingan mereka (Maignan dkk dalam Mandhachitara dan Yaowalak 2011, hlm 124). Teori dalam penelitian ini menggunakan pendekatan konsep dari Caroll.

Pelaksanaan penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, hal tersebut dikarenakan peneliti membutuhkan data dari beberapa informan mengenai program CSR suatu perusahaan dapat berpengaruh atau tidak terhadap *persepsi* perusahaan peduli Pendidikan, sehingga dipilihlah metode ini. Adapun pendekatan yang dilakukan yaitu dengan pendekatan studi survey eksplanatif.

Penelitian ini akan dilaksanakan pada penerima beasiswa Djarum di seluruh Indonesia. Berdasarkan permasalahan diatas peneliti ingin mengetahui bagaimana persepsi penerima beasiswa Djarum terhadap program CSR ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah umum adalah :

Apakah dengan menguatnya CSR akan meningkatkan persepsi perusahaan peduli Pendidikan pada penerima beasiswa?

Berikut merupakan rumusan masalah khusus yang dapat diambil :

- 1) Apakah dengan menguatnya *penyerapan alokasi bantuan* akan meningkatkan persepsi perusahaan peduli Pendidikan pada penerima beasiswa?
- 2) Apakah dengan menguatnya *hasil nyata* dari CSR akan meningkatkan persepsi perusahaan peduli Pendidikan pada penerima beasiswa?
- 3) Apakah dengan menguatnya *cakupan wilayah* dari CSR akan meningkatkan persepsi perusahaan peduli Pendidikan pada penerima beasiswa?
- 4) Apakah dengan menguatnya *transparansi dan akuntabilitas* dari CSR akan meningkatkan persepsi perusahaan peduli Pendidikan pada penerima beasiswa?
- 5) Apakah dengan menguatnya *keberlanjutan* dari CSR akan meningkatkan persepsi perusahaan peduli Pendidikan pada penerima beasiswa?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian umum yang di peroleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

Untuk mengetahui apakah dengan menguatnya CSR akan meningkatkan persepsi perusahaan peduli Pendidikan pada penerima beasiswa

Berikut merupakan tujuan penelitian khusus yang di peroleh dalam penelitian ini :

- 1) Untuk mengetahui apakah dengan menguatnya *penyerapan alokasi bantuan* akan meningkatkan persepsi perusahaan peduli Pendidikan pada penerima beasiswa

- 2) Untuk mengetahui apakah dengan menguatnya *hasil nyata* dari CSR akan meningkatkan persepsi perusahaan peduli Pendidikan pada penerima beasiswa
- 3) Untuk mengetahui apakah dengan menguatnya *cakupan wilayah* dari CSR akan meningkatkan persepsi perusahaan peduli Pendidikan pada penerima beasiswa
- 4) Untuk mengetahui apakah dengan menguatnya *transparansi dan akuntabilitas* dari CSR akan meningkatkan persepsi perusahaan peduli Pendidikan pada penerima beasiswa
- 5) Untuk mengetahui apakah dengan menguatnya *keberlanjutan* dari CSR akan meningkatkan persepsi perusahaan peduli Pendidikan pada penerima beasiswa

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan menjadi kelanjutan dari penelitian Ilmu Komunikasi pada bidang Hubungan Masyarakat terkait program CSR dan *persepsi*. Penelitian ini diharapkan mampu memperkuat teori yang sudah ada yaitu teori stakeholder. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan masukan bagi perusahaan dalam penerapan program CSR yang dapat berpengaruh atau tidak pada persepsi pada perusahaan.

2. Manfaat/Signifikansi Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan suatu perusahaan dalam melakukan dan bagaimana bentuk program CSR yang baik untuk meningkatkan persepsi perusahaan peduli Pendidikan. Penerima Beasiswa merupakan salah satu kunci dari kesuksesan suatu perusahaan. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi perusahaan.

3. Manfaat Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan terhadap pembaca dan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya. Selain itu juga diharapkan memberi informasi tambahan kepada Humas perusahaan dalam pengaplikasian *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sebagai bahan masukan bagi pihak yang berkepentingan untuk memperdalam teori-teori mengenai pelaksanaan program CSR.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Skripsi ini memuat lima bab yang saling berkesinambungan. Setiap bab ditulis dalam beberapa sub-bab sebagai pengembangan uraian skripsi. Skripsi disajikan dengan sistematika sebagai berikut:

1. Bab 1 (Pendahuluan) memuat latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat/signifikansi penelitian, dan struktur organisasi skripsi.
2. Bab 2 (Kajian Pustaka) memuat kajian menyeluruh terkait variabel yang diajukan dalam penelitian, bab ini juga memuat keterkaitan dengan penelitian terdahulu dan kerangka berpikir yang diterapkan dalam penelitian.
3. Bab 3 (Metode Penelitian) memuat informasi terkait rancang desain penelitian, partisipan, populasi, sampel, instrumen penelitian, operasionalisasi variabel, pengujian instrumen penelitian, dan teknik analisis data dan pengujian hipotesis.
4. Bab 4 (Temuan dan Pembahasan) memuat hasil temuan peneliti berdasarkan hasil data yang diolah serta pembahasannya.
5. Bab 5 (Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi) memuat tiga sub-bab penting terkait simpulan penelitian, implikasi penelitian, dan rekomendasi penelitian yang ditujukan kepada pihak-pihak yang terkait.

