

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan perusahaan di Indonesia berjalan dengan pesat mengikuti arus globalisasi. Persaingan di dunia bisnis semakin kompetitif mengingat meningkatnya pertumbuhan perusahaan dengan membawa ide dan inovasi terbaru. Strategi yang dapat diterapkan perusahaan adalah merger. Merger sudah lama diterapkan untuk menjadi strategi beberapa perusahaan dalam meningkatkan pertumbuhan dan ekspansi perusahaan (Rani, 2016). Perusahaan yang menerapkan strategi merger akan mendapatkan sinergi, maka perusahaan dapat tumbuh lebih cepat, apabila perusahaan memiliki hubungan, produk, manajerial, sistem kerja atau budaya yang berbeda akan membentuk sebuah perusahaan yang luar biasa, dimana sinergi akan tercipta lebih besar (Johan, 2011).

Sudah banyak perusahaan yang menerapkan strategi merger, salah satunya adalah PT Pelindo. Proses merger PT Pelindo terjadi di tahun 2022, sebelum merger terdapat empat perusahaan yakni, PT Pelabuhan Indonesia I, PT Pelabuhan Indonesia III, dan PT Pelabuhan Indonesia IV. PT Pelabuhan Indonesia II menjadi holding, ketiga perusahaan lainnya bergabung atau merger dengan PT Pelindo II. PT Pelindo II merubah nama, anggaran dasar, dan logo perusahaan berdasarkan Surat Menteri Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia No, S-756/MBU/10/2022 tanggal 1 Oktober 2022, PT Pelabuhan Indonesia II mengubah nama menjadi PT Pelabuhan Indonesia atau disingkat menjadi PT Pelindo (Sustainability Report PT Pelindo Tahun 2022).

PT Pelindo merupakan perusahaan yang baru saja merger di tahun 2022, sedangkan Perusahaan harus memenuhi regulasi POJK yang mencakup tentang keuangan keberlanjutan dengan menyelaraskan dengan kepentingan ekonomi, lingkungan, dan sosial. PT Pelindo sudah melakukan pelaporan tentang laporan keberlanjutan secara berkala, sesuai dengan laporan keuangan yang telah diaudit oleh kantor akuntan publik, PT Pelindo berhasil mencatatkan kinerja positif. Pencapaian tersebut sejalan dengan bertumbuhnya perekonomian Indonesia, selain kinerja ekonomi, PT Pelindo

juga mencetak keberhasilan dalam kinerja lingkungan dan sosial. Keberhasilan PT Pelindo dalam mencapai keberlanjutan juga selaras dengan spirit perusahaan yaitu menjadi pelabuhan ramah lingkungan berkelas dunia. Spirit perusahaan tersebut salah satunya dinyatakan melalui pemenuhan Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia No. PER-05/MBU/04/2022 tentang Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Badan Usaha Milik Negara (Sustainability Report PT Pelindo Tahun 2022).

Penelitian ini memilih PT Pelindo karena, sebagai perusahaan yang menjalankan CSR, media komunikasi CSR yang digunakan untuk melaporkan segala bentuk CSR adalah corporate website dan PT Pelindo merupakan perusahaan yang baru merger dan harus memenuhi regulasi POJK dan TJSL sebagai pengungkapan keberlanjutan dalam sustainability report perusahaan, maka peneliti ingin melihat peran komunikasi didalam keberhasilan PT Pelindo yang diungkapkan melalui corporate website mengenai pencapaian perusahaan dalam keberlanjutan yang merupakan tujuan dan spirit dari perusahaan (Sustainability Report PT Pelindo 2022). PT Pelindo merupakan perusahaan BUMN yang harus memenuhi Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 51/POJK.03/207 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik atau POJK Keuangan Berkelanjutan. Dalam pemenuhan regulasi TJSL dan POJK perusahaan melibatkan kolaborasi dari stakeholders untuk menjalankan program keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan, serta pendanaan untuk UMKM.

Upaya PT Pelindo dalam pemenuhan regulasi POJK memiliki relevansi dengan realisasi program CSR. Pada pencapaian PT Pelindo dalam memenuhi regulasi POJK melalui keberhasilan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan, CSR menjadi salah satu faktor pendukung PT Pelindo dalam mencapai keberlanjutan dan menciptakan kinerja positif. Direksi PT Pelindo juga mengemukakan di dalam laporan keberlanjutan bahwa pencapaian PT Pelindo tidak terlepas dari kontribusi dan dukungan para stakeholders, kontribusi dan dukungan dari stakeholders merupakan timbal balik atas pemenuhan hak-hak mereka dalam perseroan. Fenomena ini menjadikan CSR menjadi aktivitas yang krusial bagi berbagai perusahaan di Indonesia. CSR merupakan faktor penting

yang harus diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat atau lingkungan sosial perusahaan berada.

Pernyataan tersebut dapat didukung dengan argumen Rizkhy, Utomo, Firmansyah, Sedi, 2022 Berkembangnya perusahaan dan industri telah banyak menyebabkan munculnya persoalan perusahaan yang tidak hanya berkaitan dengan aktivitas perusahaan tetapi juga kontribusi perusahaan dengan lingkungan sosialnya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah pernyataan komitmen tanggung jawab perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang juga mempertimbangkan aspek lingkungan dan masyarakat berbagai perusahaan melakukan berbagai upaya untuk bertahan dalam persaingan dunia bisnis dengan melaksanakan kewajiban tanggung jawab sosial dan lingkungan melalui realisasi program CSR di perusahaannya (Rizkhy, Utomo, Firmansyah, Sedi, 2022) Perusahaan yang memiliki tujuan untuk *survive* dalam dunia bisnis yang kompetitif, perlu melakukan program strategis berupa *corporate social responsibility* (CSR) (Nurjannah, Suwatno, dan Damayanti 2017), dengan begitu perusahaan yang melaksanakan aktivitas CSR dapat membuktikan bentuk kepeduliannya terhadap lingkungan.

Pelaksanaan program CSR setiap perusahaan di Indonesia memiliki landasan hukum yang terdapat dalam Pasal 74 Undang Undang No. 40 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan tanggung jawab sosial, dan lingkungan mencakup pemenuhan peraturan perundangan terkait penyediaan anggaran tanggung jawab sosial dan lingkungan (Marthin, Salinding, dan Akim, 2018). Berbagai perusahaan harus melakukan kegiatan CSR, termasuk perusahaan Badan Usaha Milik di Indonesia wajib melaksanakan dan merealisasikan program-program CSR-nya. Pelaksanaan CSR PT Pelindo tersebut menjadi hal yang krusial dalam menjalankan bisnis mereka, dikarenakan PT Pelindo (Persero) termasuk perusahaan ekstraktif yang mengkomunikasikan CSR-nya (Yasmine dan Swara, 2022). Hal tersebut didukung dengan pengungkapan PT Pelindo melalui laporan keberlanjutan yang menyatakan dampak lingkungan kegiatan Pelabuhan, perusahaan telah mengidentifikasi dampak yang disebabkan akibat praktik operasional perusahaan, dampak yang disebabkan adalah perubahan bentang alam dan kualitas lingkungan, emisi gas rumah kaca, dan

emisi udara yang ditimbulkan dari aktivitas kepelabuhan PT Pelindo (Sustainability Report PT Pelindo Tahun 2022).

Perusahaan yang tidak melakukan kewajibannya berupa kegiatan tanggung jawab sosial beresiko menghadapi sanksi hukum. Perusahaan berkewajiban untuk turut memperhatikan *people, planet, peace, prosperity, dan partnership* dalam meningkatkan perekonomian, peningkatan profit, dan pelaksanaan CSR. Seluruh aspek tersebut sesuai dengan konsep yang dimiliki United Nations untuk mendukung *sustainability development, goals* (UN, 2018). PT Pelindo memiliki fokus yang sama dalam programnya yakni berfokus pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Fokus tersebut berkembang sesuai dengan perusahaan yang melaksanakan, membentuk karakter tersendiri dalam proses implementasi program. Komunikasi CSR merupakan aktivitas krusial bagi PT Pelindo dalam mengelola dan memantau kegiatan CSR nya sebagai pemenuhan regulasi TJSJL dan POJK. Implementasi CSR harus dikomunikasikan sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada stakeholders (Nurjannah, Suwatno, dan Damayanti, 2017).

Temuan pada laporan keberlanjutan PT Pelindo tahun 2022 didalam laporan direksi, memberikan pernyataan bahwa peran kolaborasi dan kontribusi para stakeholders menjadi langkah mencapai pemenuhan regulasi yang berpengaruh terhadap keberhasilan PT Pelindo dalam mencapai keberlanjutan. Peneliti melihat adanya sosialisasi dengan stakeholders dalam terjadinya kolaborasi dengan stakeholders untuk realisasi program CSR guna pemenuhan regulasi POJK dan TJSJL yang berpengaruh terhadap pencapaian keberhasilan PT Pelindo dalam keberlanjutan. Sosialisasi merupakan bagian dari komunikasi, Rusdianto (2013) mengemukakan bahwa komunikasi CSR merupakan komunikasi yang direncanakan dan didistribusikan oleh perusahaan mengenai aktivitas CSR dan komunikasi CSR memiliki manfaat sebagai jembatan antara perusahaan dengan stakeholders, dan menjaga transparansi dan akuntabilitas perusahaan. Oleh karena itu pada peristiwa ini, dengan didukung oleh komunikasi yang baik akan menghasilkan program CSR yang efektif.

Komunikasi CSR kepada stakeholders menjadi hal yang substansial dalam realisasi program CSR PT Pelindo. Situasi bisnis PT Pelindo saat ini mendorong

perusahaan untuk menunjukkan tanggung jawab sosial pada para stakeholders. Perusahaan harus melibatkan pengkomunikasian kontribusinya terhadap isu sosial, lingkungan, dan etika dalam strategi bisnis perusahaan (Yudarwati, 2015). PT Pelindo melakukan komunikasi CSR untuk penyampaian informasi perihal kegiatan CSR dapat didukung dengan alat komunikasi seperti media yang semakin banyak pilihannya.

Perusahaan memiliki banyak pilihan media untuk melakukan komunikasi CSR, yakni media internal seperti majalah internal, laporan CSR, media digital, *website*, dll., serta dapat juga menggunakan media eksternal seperti media massa, dan *word of mouth* (Rusdianto, 2013). Tujuan dari transformasi digital merupakan metode baru dalam memecahkan tantangan terkait efisiensi dan efektivitas (Heavin dan Power, 2018). Perkembangan media digital memiliki implikasi dengan perusahaan dalam menentukan strategi komunikasi corporate social responsibility (CSR). Media yang sering digunakan oleh perusahaan untuk menyampaikan informasi terkait kegiatan CSR-nya adalah corporate website.

PT Pelindo menggunakan corporate website untuk mengomunikasikan CSR nya melalui laporan-laporan CSR, yakni laporan kebijakan tentang pemberdayaan masyarakat, laporan wilayah kerja dan susuna pengelola TJSL, laporan landasan kebijakan TJSL, laporan realisasi program pendanaan usaha mikro dan usaha kecil, laporan realisasi program TJSL bantuan dan atau kegiatan lainnya, laporan program creating shared value (CSV) dan program unggulan, dan laporan realisasi program TJSL berdasarkan empat pilar. Pengomunikasian CSR tersebut melalui laporan keberlanjutan di dalam corporate website dan berdasarkan prinsip Global Initiative Reporting. (Sustainability Report PT Pelindo Tahun 2022).

Pemilihan media komunikasi seperti *website* sebagai alat komunikasi CSR perusahaan harus berdasarkan keberadaan akses *stakeholders* kepada informasi seputar CSR yang komprehensif untuk periode pelaporan tersebut (GRI, 2014). Hal tersebut dapat didukung dengan argumen Afifah dan Djuwita (2019) penggunaan web menjadi hal yang wajar bagi perusahaan untuk menunjukkan perilaku CSR-nya, terutama bila perusahaan berada pada negara dengan penggunaan internet yang tinggi. Karakter interaktivitas yang dimiliki seperti corporate website perusahaan

(*organisational website*) umum digunakan sebagai sarana diseminasi informasi serta pembangunan hubungan antara beragam kelompok masyarakat dengan organisasi (Multazam, 2022).

*Corporate website* telah membantu meningkatkan cakupan bisnis dan transparansi perusahaan serta menjadi media untuk mengkomunikasikan CSR kepada *stakeholder*, sekaligus dapat memahami publik dan mempertahankan reputasi perusahaan. Website menjadi sebuah penetrasi bagi perusahaan untuk memudahkan komunikasi CSR dengan dibantu oleh teknologi, publik, dan pemangku kepentingan akan lebih mudah mengakses. Selain menggunakan website resmi perusahaan, para perusahaan ini juga menggunakan sosial media. Maka dari itu perusahaan memilih website sebagai media digital yang akan digunakan dalam menyampaikan aktivitas perusahaan kepada *stakeholders* dan publik. Hal tersebut membuat perusahaan-perusahaan juga secara masif berpartisipasi di setiap platform untuk menyebarkan kegiatan perusahaan yaitu kegiatan CSR. peneliti membatasi fokus kepada *official website*. PT Pelindo telah melaksanakan komunikasi CSR melalui *corporate website* yaitu website .

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi CSR PT Pelindo melalui *corporate website* dengan metode pengumpulan data analisis isi komunikasi CSR yang terdapat didalam *corporate website* PT Pelindo dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu keberlanjutan. Berdasarkan pengamatan, urgensi penelitian ini untuk melihat praktik komunikasi CSR PT Pelindo melalui *corporate website* dalam keberhasilan mencapai keberlanjutan. Praktik komunikasi CSR PT Pelindo memiliki peran krusial dalam perusahaan mencapai keberhasilan. Temuan ini penting untuk dikaji karena masih sedikit penelitian yang mengkaji peran komunikasi CSR melalui *corporate website* dalam pencapaian keberlanjutan perusahaan. Perusahaan dapat mendeskripsikan praktik komunikasi CSR untuk menunjukkan standar ideal praktik perusahaan yang optimal dalam melakukan komunikasi CSR. Implementasi komunikasi CSR PT Pelindo dapat menjadi studi kasus untuk melihat *best practices* di beberapa perusahaan. Ranah tersebut menjadi acuan perusahaan untuk melihat tujuan dan keberlanjutan perusahaan yang menjamin kinerja perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan penelitian deskriptif yang bersumber pengamatan manusia yang berhubungan dengan orang-orang dengan memiliki karakteristik dengan tujuan mendapatkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata lisan maupun tertulis dari objek pengamatan. Tujuan tersebut dicapai dengan mengarah secara holistik pada latar dan individu (Sugiyono, 2018). Metode analisis isi memiliki tujuan untuk mengetahui konten komunikasi CSR melalui *corporate website* oleh PT Pelindo dan dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data analisis isi komunikasi CSR PT Pelindo pada *corporate website*. Penelitian ini melibatkan perwakilan PT Pelindo dan akademisi dan praktisi di bidang CSR, serta peneliti melakukan observasi terhadap dokumen-dokumen yang relevan dan *corporate website* PT Pelindo. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi CSR (Tench, Sun, dan Jones, 2014) dengan indikator *communicative subject, communicative content, communicative form/approach/method*, dan *information exchanged* dan *media digital* (Kietzmann, 2011) dengan indikator *identity, conversations, sharing, presence, relationship, reputations*, dan *groups* sebagai acuan dan landasan penelitian dalam pengambilan, dengan penjabaran tersebut, maka penelitian ini menginisiasi judul **“Analisis Isi Kualitatif Komunikasi Corporation Social Responsibility Melalui *Corporate website* Pada PT Pelindo”**.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian, penelitian ini berfokus pada analisis isi komunikasi *corporate social responsibility* melalui *corporate website* oleh PT Pelindo. Untuk membuat penelitian lebih terarah maka peneliti membuat batasan masalah yaitu menganalisis isi komunikasi CSR melalui *corporate website* pada PT Pelindo.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka peneliti merumuskan pertanyaan pada penelitian ini, yaitu:

Bagaimana Isi Komunikasi *Corporate Social Responsibility* pada *corporate website* PT Pelindo?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

Untuk menganalisis isi komunikasi *Corporate Social Responsibility* pada *Corporate website* PT Pelindo.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Berikut uraian manfaat yang diharapkan penulis dalam penelitian ini:

### 1.5.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya referensi pelaksanaan komunikasi CSR oleh perusahaan Indonesia serta berkontribusi pada pengembangan ilmu kehumasan.

### 1.5.2 Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi PT Pelindo untuk menjadi acuan dalam implementasi komunikasi CSR.

## 1.6 Waktu Penelitian

*Tabel 1. 1 Waktu dan Periode Penelitian*

Tahapan	Waktu Pengerjaan					
	Tahun 2023					
	JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN
Menentukan topik, judul, dan objek penelitian						
Penyusunan BAB I						
Penyusunan BAB II						

Penyusunan BAB III						
<i>Desk Evaluation</i>						
Pengumpulan dan pengolahan data						
Penyusunan BAB IV						
Penyusunan BAB V						
Pendaftaran Sidang Skripsi						
Sidang Skripsi						

Sumber: Olah Data Peneliti (2022)