

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan sebutan *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin sering terdengar dan terlihat aktivitasnya dilakukan oleh perusahaan. Terdapat banyak perusahaan khususnya perusahaan besar yang melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dengan tujuan yang berbeda-beda.

Corporate Social Responsibility (CSR) menunjukkan kecenderungan yang sangat meningkat di dunia global dan di Indonesia. Adanya kesadaran bahwa keuntungan dan keberlangsungan suatu entitas usaha secara jangka panjang hanya dapat diperoleh melalui adanya kesejahteraan masyarakat yang mendorong timbulnya komitmen perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial .

Perusahaan yang bertanggung jawab pada lingkungan, akan banyak mendapatkan manfaat, salah satunya yaitu citra yang positif di benak masyarakat. Bagi perusahaan, citra merupakan aset penting yang tidak ternilai harganya, persepsi terhadap perusahaan yang bernilai positif akan mempengaruhi reputasi perusahaan dan loyalitas konsumen. Pengelolaan reputasi (*managing reputation*) hendaknya memperhatikan lingkungan, *stakeholder* internal, dan eksternal perusahaan. *Brand image* yang tinggi dapat dibangun melalui kegiatan-kegiatan yang terangkum dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Corporate Social Responsibility dalam sejarah modern dikenal sejak Howard R. Bowen menerbitkan bukunya berjudul *Social Responsibilities of The Businessman*. Ide dasar yang dikemukakan Bowen adalah mengenai “kewajiban perusahaan menjalankan usahanya sejalan dengan nilai-nilai dan tujuan yang hendak dicapai masyarakat ditempat perusahaan tersebut beroperasi. (Untung, 2008:37)

Survei “*The Millenium Poll on CSR*” (1999) yang dilakukan oleh *Envionics International* (Toronto), *Conference Board* (New York) dan *Prince of Wales Business Leader Forum* (London) terhadap 25.000 responden di 23 negara terkait

social responsibility dalam membentuk opini dan *image* perusahaan. Hasilnya, sebanyak 60% responden menyatakan bahwa etika bisnis, praktik sehat terhadap karyawan, dampak terhadap lingkungan paling berperan dalam membentuk reputasi perusahaan. Sementara 40% responden juga berpendapat bahwa citra perusahaan dan *brand image* paling mempengaruhi kesan positif mereka. (Hadi, 2011:7).

Di Indonesia *Corporate Social Responsibility* mulai berkembang pada tahun 2007 dengan adanya Undang-Undang 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT). Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan : (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (www.csrindonesia.com, diakses pada 17 Oktober 2013)

Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR pun terdapat didalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1977 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan : “Barangsiapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”. Selanjutnya, Pasal 42 ayat (1) menyatakan: “Barangsiapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah”.

Dengan adanya UU no.40 tahun 2007, kedudukan CSR sebagai salah satu kewajiban perusahaan semakin kuat. Meskipun baru pada tahun 2007 CSR memiliki kedudukan atas dasar hukum, namun kegiatan CSR telah dilakukan lama

oleh sebagian perusahaan di Indonesia. Menurut Saidi dan Abidin dalam (Suharto, 2007:111) bahwa telah berlangsung sebanyak 279 kegiatan CSR dengan jumlah dana 115,3 M selama tahun 2001.

Tabel 1.1

Tanggungjawab Sosial Perusahaan Berdasarkan Jumlah Kegiatan dan Dana

No	Model	Jumlah Kegiatan	Jumlah Dana (rupiah)
1.	Langsung	113 kegiatan(40,5%)	14,2 milyar (12,2%)
2.	Yayasan Perusahaan	20 kegiatan (51,6%)	20,7 milyar (18%)
3.	Bermitra dengan Lembaga Sosial	144 kegiatan (51,6%)	79 milyar (65,8%)
4.	Konsorium	2 kegiatan (0,7%)	1,5 milyar (1,3%)

Sumber : Saidi Abidin dalam Suharto (2007:111)

Tabel 1.2

Kegiatan CSR Berdasarkan Jumlah Kegiatan dan Dana

No	Jenis/Sektor Kegiatan	Jumlah Kegiatan	Jumlah Dana (rupiah)
1.	Pelayanan Sosial	95 kegiatan (34,1%)	38 miliar (33,0%)
2.	Pendidikan dan Penelitian	71 kegiatan (25,4%)	66,8 miliar (57,9%)
3.	Kesehatan	46 kegiatan (16,4%)	4,4 miliar (3,8%)
4.	Kedaruratan (<i>emergency</i>)	30 kegiatan (10,8%)	2,9 miliar (2,5%)
5.	Lingkungan	15 kegiatan (5,4%)	395 juta (0,3%)

6.	Ekonomi Produktif	10 kegiatan (3,6%)	640 juta (0,6%)
7.	Seni, Olah Raga dan Pariwisata	7 kegiatan (2,5%)	1 miliar (0,9%)
8.	Pembangunan Prasarana dan Perumahan	5 kegiatan (1,8%)	1,3 miliar (1,0%)
9.	Hukum, Advokasi dan Politik	0	0
	Jumlah Total	279 kegiatan	115,3 miliar

Sumber : Saidi dan Abidin dalam Suharto (2007:111)

Citra adalah bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi pedagang, dan public lainnya yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan (Elvinaro, 2011:56).

Dalam membangun citra perusahaan, citra diibaratkan sebagai pancaran atau reproduksi jati diri sebuah organisasi. Citra sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan atau organisasi (Sutojo, 20004:53). Persepsi seseorang terhadap perusahaan didasari atas apa yang mereka ketahui atau mereka kira tentang perusahaan yang bersangkutan. Dalam hal ini, kegiatan *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu cara untuk membentuk persepsi masyarakat terhadap citra perusahaan.

Keberhasilan perusahaan membangun citra dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Citra dibangun berdasarkan orientasi terhadap manfaat yang dibutuhkan dan diinginkan kelompok sasaran, serta manfaat yang ditonjolkan cukup realistis. Citra yang ditonjolkan sesuai dengan kemampuan perusahaan, mudah dimengerti kelompok sasaran, dan citra tersebut merupakan sarana bukanlah tujuan usaha.

Tanggung jawab sosial perusahaan lewat pengeluaran biaya-biaya sosial diharapkan memberikan dan memenuhi motif yang melatar belakangi kegiatan tersebut dilaksanakan. Motif sosial sebagai aktualisasi tanggung jawab terhadap kesejahteraan masyarakat, yakni membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat (*philantropy activity*). Kegiatan CSR diharapkan dapat menjalin hubungan baik dan harmonis dengan masyarakat dan lingkungan sekitar. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* juga dilakukan dengan harapan membangun *image* perusahaan yang juga merupakan komitmen dan cita-cita perusahaan, serta mendukung investasi jangka panjang.

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang ada di Indonesia sangat berpengaruh dalam perkembangan dunia usaha dan masyarakat dalam menjalankan usahanya karena kebanyakan dari perusahaan milik pemerintah tersebut telah memonopoli beberapa bidang usaha yang mengatur kebutuhan hidup orang banyak. Badan-badan Usaha Milik Negara tersebut diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari dunia usaha pada umumnya dan masyarakat pada khususnya serta harus dapat mempertahankan citra yang baik dimata masyarakat. BUMN ini harus dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat selaku konsumen dan memberikan citra yang baik dimata masyarakat dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas, serta aktivitas perusahaan seperti kepedulian terhadap masyarakat. Dengan adanya pelayanan yang baik serta kegiatan kepedulian perusahaan kepada masyarakat, diharapkan masyarakat akan merasa dihargai dan tidak merasa diabaikan haknya dan akhirnya masyarakat sebagai pengguna atau pelanggan dari jasa yang ditawarkan oleh perusahaan milik pemerintah tersebut akan merasa puas.

PT PLN (Persero) merupakan satu-satunya perusahaan penyedia energi listrik untuk pembangunan dan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Sebagai salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara telah berkomitmen menjadikan tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi dan menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan. PLN bertekad menyelaraskan pengembangan ketiga aspek dalam penyediaan listrik, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Untuk itu PLN mengembangkan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

sebagai wujud nyata dari Tanggungjawab Sosial Perusahaan. (www.pln.co.id, diakses pada 20 Oktober 20123).

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh PT PLN (Persero) meraih penghargaan di Indonesia Green Awards 2013. Melalui program Pembangunan Pembangkit Listrik Tenaga Surya (PLTS), PLN mendapat penghargaan sebagai Pelestari Energi Terbarukan pada kegiatan Indonesia Green Awards 2013. Disamping itu, PLN juga mendapatkan penghargaan sebagai Pelopor Pengolahan Sampah melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility*.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT PLN (Persero) berada dibawah Divisi Komunikasi. Wewenang dan tanggung jawab Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) PT PLN (Persero), mencakup diantaranya :

- a. Menyusun dan melaksanakan kebijakan pemberdayaan masyarakat di lingkungan perusahaan sebagai bagian dari tanggung jawab social perusahaan dan CSR dengan lingkup kegiatan *Community Relation, Community Services, Community Empowering* dan Pelestarian alam.
- b. Menyusun dan melaksanakan program kepedulian social perusahaan.
- c. Menyusun dan melaksanakan program kemitraan sosial dan bina UKM dan peningkatan citra perusahaan.
- d. Memastikan tersedianya dan terlaksananya program pelestarian alam termasuk penghijauan dan upaya pengembangan citra perusahaan sesuai dengan prinsip Good Corporate Governance.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh PT PLN (Persero) yaitu dengan lingkup kegiatan *Community relation, Community Services, Community Empowering* dan Pelestarian alam. Terdapat beberapa kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT PLN (Persero) sesuai dengan lingkup kegiatannya.

Dana perusahaan yang digunakan untuk program ini dihitung sebagai biaya dalam pengeluaran perusahaan. Pengelolaan biaya CSR yang tepat

berdampak pada efisiensi terhadap biaya itu sendiri dan memaksimalkan keuntungan baik berupa materi maupun citra perusahaan tersebut.

Tabel 1.3
Kegiatan CSR PT PLN (Persero)
Distribusi Jawa Barat dan Banten Tahun 2013

Nama Program Aksi		BUMN Membangun Desa	Desa Mandiri Energi	PN Peduli
Lokasi	Desa	Batu Bantar	Tanjungsari	Tersebar
	Kec./Kab.	Pandeglang	Sumedang	Bekasi
	Provinsi	Banten	Jawa Barat	Jawa Barat
Jenis Bantuan	Bantuan Korban Bencana Alam			✓
	Bantuan Pendidikan/Pelatihan	✓		
	Bantuan Pengembangan Prasarana dan/atau Sarana Umum		✓	
	Bantuan Sarana Ibadah			
	Bantuan Pelestarian Alam			

Sumber : Data PKBL PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten

PT PLN (Persero) melakukan wujud nyata CSR melalui beberapa program, pengolahan sampah merupakan salah satu kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten yang mana termasuk dalam kategori kegiatan *Community Empowering*. Pengolahan sampah yang dilakukan dapat digunakan untuk membangkitkan tenaga listrik, yakni dijadikan energi dalam Penerangan Jalan Umum (PJU), serta kegiatan Bank Sampah.

Program *Corporate Social Responsibility* pengolahan sampah yang dilakukan, yakni dengan memanfaatkan energi terbarukan dari hasil pengolahan sampah turut mendukung masalah sektor energi di Indonesia yang mengalami masalah serius. Pasalnya, laju permintaan energi di dalam negeri melebihi pertumbuhan pasokan energi. Minyak mentah dan BBM sudah diimpor sehingga memaksa bangsa Indonesia mencari sumber energi lain guna mengatasi permintaan energi yang melonjak dari tahun ke tahun. (www.energi-barudan-terbarukan.com, diakses pada 20 Oktober 2013).

Volume sampah yang terus meningkat dapat menimbulkan masalah pencemaran dan juga rentan terjadinya banjir karena masalah sampah tersebut. Berdasarkan laporan berjudul “*What a Waste: A Global Review of Solid Waste Management*” yang diterbitkan oleh Bank Dunia, jumlah sampah padat di kota-kota dunia akan terus naik sebesar 70% tahun ini hingga tahun 2025, dari 1,3 miliar ton per tahun menjadi 2,2 miliar ton per tahun. Mayoritas kenaikan terjadi di kota-kota di negara berkembang. (<http://www.hijauku.com>, diakses pada 2 November 2013)

Di Indonesia, data Bank Dunia menyebutkan, produksi sampah padat secara nasional mencapai 151.921 ton per hari. Hal ini berarti, setiap penduduk Indonesia membuang sampah padat rata-rata 0,85 kg per hari. Data yang sama juga menyebutkan, dari total sampah yang dihasilkan secara nasional, hanya 80% yang berhasil dikumpulkan. Sisanya terbuang mencemari lingkungan.

Menyadari akan pentingnya pemanfaatan energi serta pengolahan sampah yang semakin hari terus meningkat jumlahnya, membuat PT PLN (Persero) melakukan program pengolahan sampah menjadi energi. Kegiatan ini bekerja

sama dengan Yayasan Saung Kadedeuh Bandung dan Yayasan Cinta Anak Pertiwi, PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten selaku yang mengelola program CSR ini berhasil membina masyarakat membangun instalasi pengolahan sampah organik menjadi energi di kompleks perumahan Griya Taman Lestari, Kecamatan Tanjungsari, Sumedang Jawa Barat.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* dengan memanfaatkan sampah sebagai sumber energi yang dikembangkan oleh PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten merupakan kegiatan yang pertama kali dilakukan di Indonesia, yang dilakukan di perumahan Griya Taman Lestari. Beroperasinya instalasi pengelolaan sampah membuat lingkungan lebih bersih dan sehat karena sampah dari setiap rumah dapat ditangani dengan cara berwawasan lingkungan.

Pengelolaan sampah di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 18 tahun 2008 serta Peraturan Pemerintah Nomor 81 Tahun 2012 mengamanatkan perlunya perubahan paradigma yang mendasar dalam pengelolaan sampah yaitu paradigma kumpul – angkut – buang menjadi pengolahan yang bertumpu pada pengurangan sampah dan penanganan sampah. (www.menlh.go.id, diakses pada 17 November 2013).

Kegiatan pengelolaan sampah merupakan salah satu strategi penerapan pemilahan dalam upaya pembatasan sampah yang merupakan bagian penting dalam pengelolaan sampah di tingkat masyarakat dengan pola insentif. Pelaksanaan kegiatan pengolahan sampah pada prinsipnya adalah satu rekayasa sosial untuk mengajak masyarakat memilah sampah. Melalui kegiatan pengolahan sampah akhirnya ditemukan satu solusi inovatif untuk membiasakan masyarakat memilah sampah.

Tujuan pengelolaan sampah adalah strategi untuk membangun kepedulian masyarakat agar dapat ‘berkawan’ dengan sampah untuk mendapatkan manfaat ekonomi langsung dari sampah. Jadi, kegiatan pengelolaan sampah tersebut tidak dapat berdiri sendiri melainkan harus diintegrasikan dengan gerakan 3R dikalangan masyarakat sehingga manfaat langsung yang dirasakan masyarakat tidak hanya ekonomi kerakyatan yang kuat, namun pembangunan lingkungan yang bersih dan hijau guna menciptakan masyarakat yang sehat.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* mempunyai sasaran diantaranya tercapainya pengelolaan dana CSR secara tepat jumlah, tepat waktu dan tepat sasaran, dan berkembangnya program yang dijalankan oleh PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten. Selain itu, kegiatan CSR ini diharapkan dapat membuat citra perusahaan yang positif dimata masyarakat. Maka berdasarkan latar belakang diatas dilakukan penelitian berjudul “**Pengaruh Kegiatan *Corporate Social Responsibility* Pengolahan Sampah Terhadap Citra PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten (Studi Kasus Di Komplek Griya Taman Lestari Kecamatan, Tanjungsari Sumedang Jawa Barat)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Seberapa besar pengaruh kegiatan *Corporate Social Responsibility* Pengolahan Sampah Terhadap Citra PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kegiatan *Corporate Social Responsibility* Pengolahan Sampah Menjadi Energi Terhadap Citra PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah khasanah kepustakaan dan bisa digunakan sebagai sarana pembandingan khususnya dalam bidang ilmu komunikasi, bagi rekan-rekan dan mahasiswa yang sedang meneliti ilmu komunikasi dan program *Corporate Social Responsibility*.

1.4.2 Aspek Praktis

Berkaitan dengan kebutuhan praktis bagi perusahaan-perusahaan, temuan ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat sebagai masukan bagi perusahaan, terutama dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* perusahaan.

1.5 Tahapan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini peneliti membagi proses menjadi beberapa tahap-tahap yang dilakukan dalam jangka waktu kurang lebih enam bulan terhitung sejak bulan September 2013 sampai dengan Februari 2014. Adapun tahapan-tahapan dalam melakukan penelitian tersebut adalah :

a) Observasi

Dalam tahap ini peneliti mencari pokok permasalahan yang akan diangkat menjadi topik dalam penelitian. Setelah topik penelitian ditemukan lalu selanjutnya menentukan judul penelitian. Peneliti menemukan ketertarikan pada kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Adapun objek yang diangkat peneliti adalah kegiatan CSR PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten

b) Merumuskan dan Mengidentifikasi Masalah

Judul penelitian yang telah ditentukan lalu diturunkan menjadi rumusan masalah dan kemudian diturunkan kembali pertanyaan-pertanyaan ilmiah dalam identifikasi masalah. Hal ini menjadi fokus dan batasan dari penelitian.

c) Menentukan Populasi dan Sampel

Penentuan populasi dan sampel disesuaikan dengan masalah yang diangkat sebagai topik penelitian karena sampel atau responden disini adalah sumber utama dari data yang akan diolah dalam penelitian ini. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah warga di kompleks perumahan Griya Taman Lestari, Kecamatan Tanjungsari, Sumedang Jawa Barat.

d) Pengumpulan Data

Data penelitian didapatkan dari survei yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu warga di kompleks perumahan Griya Taman Lestari, Kecamatan Tanjungsari, Sumedang Jawa Barat yang mendapatkan kegiatan CSR PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten. Selain itu data juga didapatkan dari penelitian terdahulu dan data dari perusahaan yang dapat membantu kelengkapan penelitian ini.

e) Menganalisis Data

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan cara dihitung menggunakan rumus-rumus statistik yang tentunya harus berkaitan dengan topik penelitian.

f) Menyajikan dan Membahas Data

Dari hasil data yang telah dihitung secara sistematis kemudian disajikan dan dibahas secara detail ditambah dengan pengaplikasian teori-teori yang dapat memperkuat pembahasan masalah dalam penelitian.

g) Kesimpulan dan Saran

Menyimpulkan seluruh proses penelitian dari awal hingga akhir lalu memberikan saran berupa alternatif yang ditawarkan kepada perusahaan menyangkut masalah yang diangkat dalam penelitian, dengan harapan dapat bermanfaat bagi perusahaan, peneliti, dan juga pembaca.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis akan melaksanakan penelitian pada warga di kompleks perumahan Griya Taman Lestari, Kecamatan Tanjungsari, Sumedang Jawa Barat.

1.6.2 Waktu Penelitian

No	Tahapan	Bulan					
		Okt 2013	Nov 2013	Des 2013	Jan 2013	Feb 2014	Mar 2014
1.	Persiapan penyusunan proposal skripsi Bab I sampai Bab III						
2.	Pengumpulan data sekunder berupa						

	observasi awal yakni peneliti melakukan wawancara awal dengan mengamati apa yang dikerjakan oleh sumber data, serta pengumpulan data informan untuk lebih banyak informan.						
3.	Pengumpulan data secara Primer kepada sumber data melalui pengisian kuesioner kepada responden penelitian seputar kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten.						
4.	Analisis data berdasarkan variabel, sub variabel, dan indikator yang sudah ditentukan						
5.	Penyelesaian data meliputi kesimpulan penelitian dan saran						