

Implementasi Corporate Social Responsibility Program Sampoerna Retail Community di Cisaranten Wetan Kota Bandung

Esya Nurdiani¹⁾, Dr. Maylanny Christin,S.S.,M.Si.²⁾

¹⁾*Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom*

²⁾*Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom*

esyanurdiani@student.telkomuniversity.ac.id ,

maylannychristin@gmail.com

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah kewajiban perusahaan terhadap masyarakat dan pemerintah sebagai dampak dari perusahaan yang mungkin telah mengganggu keseimbangan lingkungan dan sosial kemasyarakatan karena perusahaan menjalankan aktivitasnya. Salah satu perusahaan yang melaksanakan CSR sebagai bentuk kewajiban perusahaan yaitu PT HM Sampoerna Tbk melalui program Sampoerna Retail Community (SRC). Sampoerna Retail Community (SRC) adalah program pembinaan terhadap toko kelontong yang terpilih sebagai partner bagi PT Sampoerna yang digabungkan dalam suatu komunitas yang bertujuan untuk membina toko-toko kelontong yang potensial. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivisme dan menggunakan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara.

Keywords: Implementasi, Corporate Social Responsibility.

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Perusahaan menjalin hubungan baik dengan masyarakat dengan melaksanakan program yang disebut dengan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR (Corporate Social Responsibility). Corporate Social Responsibility (CSR) adalah kewajiban perusahaan kepada masyarakat dan pemerintah sebagai dampak dari perusahaan yang mungkin telah mengganggu keseimbangan lingkungan dan sosial

kemasyarakatan dimana perusahaan menjalankan aktivitasnya (Achmad, 2018:4). Perusahaan di Indonesia milik negara maupun milik swasta melaksanakan berbagai kegiatan CSR untuk membangun citra perusahaan yang akan memberikan manfaat bagi masyarakat. Kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan secara terus-menerus, merupakan salah satu cara untuk mencegah krisis melalui peningkatan citra perusahaan.

Salah satu perusahaan yang menjalankan program CSR adalah PT HM Sampoerna. Sebagai perusahaan rokok harus senantiasa berjuang agar perusahaannya mendongkrak citra. PT HM Sampoerna Tbk sebagai salah satu perusahaan rokok besar di Indonesia telah melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Saat ini PT HM Sampoerna Tbk tengah menjalankan sebuah program CSR yang bertujuan untuk memabangun perekonomian bangsa melalui program Sampoerna Retail Community (SRC).

SRC adalah program pembinaan terhadap toko kelontong yang terpilih sebagai partner bagi Sampoerna yang digabungkan dalam suatu komunitas yang bertujuan untuk membina toko-toko kelontong yang potensial. Program SRC jadi senjata PT HM Sampoerna Tbk untuk mendukung bisnis UMKM Indonesia. Atas dasar hal tersebut maka PT HM Sampoerna Tbk (Sampoerna) terus mendorong penambahan jumlah UMKM di Indonesia melalui Sampoerna Retail Community (SRC).

Salah satu bentuk ritel SRC yang dibina oleh perusahaan Sampoerna di kota Bandung, yang terletak di daerah Cisaranten Wetan kota Bandung.

Cisaranten Wetan adalah salah satu kelurahan di Kecamatan Cinambo. Cisaranten berada di wilayah Gedebage yang terletak di wilayah Bandung Timur, Jawa Barat. Kecamatan Cinambo merupakan salah satu kawasan industri pengolahan di Bandung Timur, Salah satunya PT HM Sampoerna Tbk. Dalam laman Replubika Peneliti Center for Indonesian Policy Studies (CIPS) Pingkan Audrine Kosijungan menilai peningkatan kontribusi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap pendapatan nasional harus terus diupayakan. Sebagai sektor yang berperan dalam membuka lapangan kerja bagi 96,87% angkatan kerja di Indonesia, UMKM memiliki posisi penting dalam keberlangsungan perekonomian Indonesia.

1.2 Perumusan Masalah

Bagaimana implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT HM Sampoerna Tbk di Cisaranten kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh dari program CSR SRC yang diberikan kepada UKM masyarakat daerah Cisaranten Bandung dapat membangun

citra positif bagi perusahaan PT HM Sampoerna Tbk.

2. Untuk mengetahui manfaat dan keuntungan bagi mitra SRC setelah bergabung dengan Sampoerna Retail Community (SRC) di daerah Cisaranten kota Bandung.

2. Kajian Pustaka

2.1 Implementasi

Implementasi dapat diartikan sebagai pelaksanaan atau penerapan. Sedangkan pengertian umum adalah suatu tindakan atau pelaksana rencana yang telah disusun secara cermat dan rinci (matang). Menurut *Browne* dan *Wildavsky* (Arinda Firdianti 2018:19) dalam bukunya yang berjudul “Implementasi Manajemen Berbasis Sekolah Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar”. Implementasi CSR adalah perusahaan melibatkan masyarakat untuk berpartisipasi sebagai objek maupun subjek program CSR.

Penerapan CSR dipengaruhi oleh pandangan perusahaan mengenai CSR. Menurut Wibisono (dalam Achmad Lamo Said, 2018:115) menjelaskan cara pandang perusahaan terhadap CSR, sebagai berikut:

1. *External Diven* (faktor eksternal) yaitu dimana perusahaan hanya basa – basi atau terpaksa menjalankan CSR.

2. *Enviromental* yaitu dimana perusahaan melaksanakan CSR karena faktor lingkungan.
3. *Reputation Diven* yaitu dimana perusahaan melaksanakan CSR sebagai upaya mendongkrak citra perusahaan.
4. *Compliance* yaitu dimana perusahaan melaksanakan CSR sebagai upaya memenuhi kewajiban memang ada regulasi, hukum, dan aturan yang memaksanya.
5. *Internal Diven* (faktor internal) yaitu dimana perusahaan karena memang ada dorongan yang tulus dari dalam.

2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah kewajiban perusahaan kepada masyarakat dan pemerintah sebagai dampak dari perusahaan yang mungkin telah mengganggu keseimbangan lingkungan dan sosial kemasyarakatan dimana perusahaan menjalankan aktivitasnya. (Achmad, 2018:4)

Menurut Kotler (Achmad 2018:27) menyebutkan beberapa bentuk program corporate social responsibility sebagai berikut:

1. *Cause Promotions* yaitu perusahaan meningkatkan *awareness* masyarakat mengenai issue tertentu.
2. *Cause-Related Marketing* yaitu perusahaan mengajak masyarakat untuk membeli produknya dimana hasil dari pembelian produk tersebut akan didonasikan.
3. *Corporate Social Marketing* yaitu perusahaan bertujuan mengubah

perilaku masyarakat (*behavior changes*).

4. *Corporate Philantrophy* yaitu perusahaan memberikan kontribusi/sumbangan secara langsung berbentuk dana, jasa atau alat-alat kepada pihak yang membutuhkan.
5. *Corporate Volunteering* yaitu perusahaan mengajak karyawannya ikut berkontribusi dalam program CSR.
6. *Social Responsible Bussiness* yaitu perusahaan melakukan perubahan terhadap sistem kerjanya agar mengurangi dampak buruk bagi masyarakat dan lingkungan. Masyarakat sekitar merupakan *stakeholder* bagi perusahaan.

2.3 Usaha Kecil Menengah (UKM)

Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan Negara Indonesia (dalam Ferra Pujiyanti 2015:67) menyatakan bahwa UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Dan usaha berdiri sendiri.

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Denzin & Lincon (dalam Albi Anggito, 2018:7) menyatakan bahwa penelitian kualitatif

adalah penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.1 Observasi

Menurut Johnson & Christensen (dalam Galang Surya, 2016: 154) Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam setting alamiah dengan tujuan mengeksplorasi atau menggali suatu makna.

3.2.2 Wawancara

Menurut Johnson & Christensen (dalam Galang Surya, 2016: 154) wawancara adalah metode pengumpul data atau alat pengumpul data yang menunjukkan peneliti sebagai pewawancara dan mengajukan beberapa pertanyaan pada partisipan sebagai subjek yang diwawancarai atau biasa disebut narasumber.

3.2.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode mengumpulkan data-data yang dibutuhkan. Menurut Creswell (dalam Galan Surya, 2016: 154) menyatakan bahwa data-data yang dikumpulkan berupa data tertulis, gambar, suara maupun gambar dan suara.

3.3 Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman (dalam Albi Anggito, 2018:243) ada tiga jenis kegiatan dalam analisis data sebagai berikut:

1. Reduksi

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan,

membuang, menyusun data dalam suatu cara dimana kumpulan akhir dapat digambarkan.

2. Penyajian data

Penyajian data adalah suatu rangkaian informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan.

3. Penarikan atau verifikasi kesimpulan

Menurut Miles & Huberman (dalam Albi Anggito, 2018:248) penarikan kesimpulan merupakan bagian dari suatu kegiatan konfigurasi yang utuh.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Implementasi CSR adalah perusahaan melibatkan masyarakat untuk berpartisipasi sebagai objek maupun subjek program CSR. Masyarakat merupakan pihak yang berpengaruh dalam menjaga citra perusahaan. Masyarakat merupakan pihak yang paling merasakan dampak dari kegiatan CSR perusahaan entah positif atau negatif. Dampak ini dapat terjadi di bidang sosial, ekonomi budaya dan lingkungan. (Achmad Lamo Said, 2018:115).

4.1 Reputation Diven

Menurut Wibisono (dalam Achmad Lamo Said, 2018:115) menjelaskan cara pandang perusahaan terhadap CSR salah satunya *Reputation Diven* (faktor reputasi) yaitu dimana perusahaan melaksanakan CSR sebagai upaya mendongkrak citra

perusahaan. Hal ini yang dilakukan oleh PT HM Sampoerna yang sedang melaksanakan CSR melalui program Sampoerna Retail Community (SRC). Tujuan utama dengan adanya Sampoerna Retail Community (SRC) karena PT HM Sampoerna dapat menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar dan dapat mendongkrak citra perusahaan. Menurut peneliti, sebagai perusahaan rokok telah menyadari bahaya dari produk rokok mengancam kesehatan tubuh maka PT HM Sampoerna harus berusaha mendongkrak citra perusahaanya. Selain itu dari hasil analisis, menurut peneliti program Sampoerna Retail Community (SRC) ingin mengembangkan produktivitas masyarakat dan membangun perekonomian toko kelontong di daerah Cisaranten Wetan kota Bandung.

Dari hasil analisis, menurut peneliti program-program yang disediakan oleh Sampoerna Retail Community (SRC) dapat menguntungkan para pemilik toko kelontong, namun untuk penggunaan program-program yang ditawarkan oleh SRC melalui aplikasi AYO SRC belum sepenuhnya efektif mengingat beberapa pemilik toko enggan menggunakan aplikasi tersebut dengan berbagai alasan. Menurut peneliti, pemilik toko yang bergabung dengan SRC sudah merasakan benefit dan

mendapatkan keuntungan, dengan demikian pemilik toko kelontong akan menjalin hubungan yang baik dengan perusahaan dan PT HM Sampoerna akan mendapatkan reputasi baik melalui program SRC.

4.2 Compliance

Berdasarkan analisis penelitian, PT HM Sampoerna telah melaksanakan kewajiban perusahaan sebagaimana yang telah diatur oleh Undang-Undang. Kewajiban CSR bagi perusahaan ini dimasukkan kedalam 2 Undang-Undang yaitu dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) dan UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU PM). Pasal 74 UU PT yang merupakan klausul CSR menyebutkan bahwa setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Hal ini sudah dijelaskan menurut Wibisono (dalam Achmad Lamo Said, 2018:115) mengatakan bahwa pandangan perusahaan terhadap CSR yaitu *compliance*. *Compliance* yaitu dimana perusahaan melaksanakan CSR sebagai upaya memenuhi kewajiban memang ada regulasi, hukum, dan aturan yang memaksanya. PT

HM Sampoerna telah menyadari kewajiban sebuah perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada masyarakat sekitar.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi mengenai implementasi corporate social responsibility (CSR) program Sampoerna Retail Community (SRC) di Cisaranten Wetan kota Bandung. Kesimpulan tersebut dipaparkan sebagai berikut:

1. Dapat ditarik kesimpulan dari hasil analisis penelitian, pelaksanaan CSR oleh PT HM Sampoerna melalui program Sampoerna Retail Community (SRC) di Cisaranten Wetan kota Bandung sudah melaksanakan program nya dengan baik sesuai dengan kewajiban perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah diatur oleh Undang-Undang dan sudah sesuai dengan konsep CSR
2. Pelaksanaan CSR PT HM Sampoerna melalui program Sampoerna Retail Community (SRC) sudah berhasil mengembangkan produktivitas dan membangun perekonomian masyarakat

sekitar dengan memberikan bantuan kepada toko kelontong dengan merubah penampilan toko kelontong menjadi lebih Rapih, Bersih, Terang dan menarik.

3. Program SRC melalui aplikasi AYO SRC kurang begitu efektif bagi beberapa pemilik toko dengan berbagai alasan diantaranya:
 - a. Faktor usia beberapa pemilik toko berusia 40 tahun keatas yang tidak mengerti tentang teknologi
 - b. Faktor ekonomi beberapa pemilik toko merasa sulit menggunakan aplikasi AYO SRC karena kurangnya pengetahuan terkait dengan penggunaan aplikasi tersebut.
4. PT HM Sampoerna sudah mendongkrak reputasi perusahaan dari program Sanpoerna Retail Community dengan menjalin hubungan dan memberikan bantuan kepada masyarakat sekitar, sehingga PT HM Sampoerna mendapatkan benefit kepercayaan dari masyarakat sekitar.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Teoritis

- a. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menggali teori-teori yang lebih dari penelitian ini agar penelitian

selanjutnya dapat menggali referensi yang lebih banyak.

- b. Wilayah sebagai penelitian ini hanya terbatas diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperluas wilayah penelitian. Sehingga dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih luas.
- c. Disarankan untuk penelitian yang sejenis selanjutnya mengambil subjek penelitian yang lain. Sehingga dapat diketahui perbedaan disetiap penelitiannya.

5.2.2 Saran Praktisi

- a. Harapan bagi PT HM Sampoerna lebih memperhatikan konsep CSR terkait dengan lingkungan. Sehingga dapat melestarikan lingkungan sekitar menjadi lebih baik.
- b. Ada baiknya SRC melakukan pembinaan terkait dengan aplikasi AYO SRC agar pemilik toko mendapat pengetahuan terkait dengan teknologi.

Daftar Pustaka

- Achmad Lamo Said (2018). Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Governance. Sleman: CV Budi Utama.
- Albi Anggito, Johan Setiawan (2018). Metodologi penelitian kualitatif. Sukabumi: CV Jejak.

Arinda Firdianti, M.Pd.I (2018). Implementasi Manajemen Berbasis Sekolah Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar. Yogyakarta: Gre Publishing.

Ferra Pujiyanti (2015). Rahasia cepat menguasai laporan keuangan. Yogyakarta: Lembar Pustaka Indonesia.

Website

Kementerian Perindustrian Indonesia. 2013. UKM Harus Tingkatkan Daya Saing <https://www.kemenperin.go.id/artikel/6058/UKM-Harus-Tingkatkan-Daya-Saing> (diakses pada tanggal 03/10/19 Pukul 10:07 WIB).

Pitoko Aji Ridwan. 2018. Program SRC Jadi Senjata Sampoerna Dukung Bisnis UKM Indonesia. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/10/18/171700126/program-src-jadi-senjata-sampoerna-dukung-bisnis-ukm-indonesia>. (diakses pada tanggal 28/09/2019 pukul 15:58).

PPID.Bandung. 2015. Statistik Daerah Kecamatan Cinambo. <https://ppid.bandung.go.id/wp-content/uploads/2017/05/Statistik-Daerah-Kecamatan-Cinambo-2015.pdf> (diakses pada tanggal 02/10/19 Pukul 11:24 WIB).

Sampoerna Retail Community. 2019. Beranda SRC. <https://src.id/> (diakses pada tanggal 24/09/2019 pukul 18:07)