



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di tengah era globalisasi seperti saat ini, persaingan bisnis menjadi sangat ketat. Berdasarkan sensus ekonomi yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2016, terdapat peningkatan pertumbuhan perusahaan di Indonesia sebanyak 3,98 juta perusahaan baru atau sebanyak 17,51 persen dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir (Agustinus, 2017, para 2-3). Hal ini menunjukkan sebuah perusahaan harus meningkatkan bahkan mempertahankan reputasi yang positif di mata konsumen dan *stakeholdernya*, salah satunya adalah dengan melakukan *Corporate Social Responsibility*.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* menurut Kotler dan Lee dapat dilakukan oleh perusahaan untuk berkontribusi dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat (Kotler & Lee, 2006, p. 5). *CSR* merupakan kewajiban perusahaan kepada *stakeholders* perusahaan yaitu karyawan, komunitas, lingkungan dan masyarakat yang dilakukan dengan melakukan kegiatan *CSR* secara sukarela (Coombs & Holladay, 2012, p. 7-8) Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa *CSR* merupakan komitmen perusahaan untuk menyeimbangkan antara bisnis dengan

tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam membuat sebuah kegiatan CSR, Coombs dan Holladay menawarkan tahap perencanaan CSR yang terdiri dari (1) *scan and monitor*, (2) *formative research*, (3) *create CSR initiative*, (4) *communicate CSR initiative* dan (5) *evaluation feedback* (Coombs & Holladay, 2012, p. 47).

Program CSR bukan merupakan suatu beban bagi perusahaan, akan tetapi CSR dipandang sebagai kebutuhan perusahaan dalam menjalankan strategi bisnisnya (“CSR Bukan Beban, Tapi Kebutuhan Bisnis,” 2017, para. 6). Salah satu keuntungan tersebut adalah CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata *stakeholder* (Lister, 2011, p. 1).

Saat ini *stakeholder* memiliki ekspektasi terhadap perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR. Kegiatan CSR dapat memberikan pengaruh terhadap hubungan antara konsumen dengan perusahaan (Coombs & Holladay, 2012, p. 32). Pernyataan tersebut didukung oleh survei yang dilakukan *Reputation Institute* pada tahun 2012. *Reputation Institute* menjelaskan, bahwa 42 persen responden melihat bagaimana sebuah perusahaan memiliki pemahaman terhadap praktik CSR. Tingkat pemahaman terhadap praktik CSR akan berpengaruh pada pandangan masyarakat terhadap perusahaan (Bank, n.d., para. 3).

Terdapat pedoman untuk melaksanakan sebuah program CSR yakni *International Standard for Organization (ISO) 26000*. *ISO 26000* memberikan pedoman dan rekomendasi bagi organisasi untuk mengembangkan program sosialnya

dan berkontribusi untuk keberlanjutan lingkungan, sosial dan pertumbuhan ekonomi. CSR di Indonesia sudah diatur dalam Undang-Undang maupun Peraturan Pemerintah diantaranya adalah, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas, Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2017 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Perseroan Terbatas.

Salah satu bentuk manifestasi CSR adalah dengan melakukan *community development* atau pengembangan masyarakat (Ardianto & Machfudz, 2011, p. 52). *Community development (comdev)* adalah suatu usaha terencana yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Peningkatan kualitas tersebut dapat dilakukan dalam sektor jasmani, manusia, sosial, finansial dan lingkungan (Green & Haines dalam Phillips & Pittman, 2009, p. 10). Dunham menjelaskan bahwa *comdev* bisa diklasifikasikan menjadi tiga bagian yaitu *Development for Community*, *Development with Community*, dan *Development of Community* (dikutip dalam Ardianto & Machfudz, 2011, p. 54).

*The Bruntland Commission* yang dirilis oleh Oxford University Press pada tahun 1987 merilis sebuah laporan berjudul “*Our Common Future*” Konsep pembangunan keberlanjutan (*sustainable development*) menjadi salah satu bagian penting dalam laporan tersebut, disebutkan bahwa: “*Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generation to meet their own needs*” (Solihin dalam Nor Hadi dalam Ardianto & Machfudz, 2011). Nor Hadi dalam Ardianto (2011) menyebutkan bahwa laporan tersebut

menunjukkan terjadinya peralihan praktik CSR menjadi pembangunan berkelanjutan. Hal ini ditunjukkan dengan praktik pembangunan berkelanjutan mampu menjaga keseimbangan dari inti program CSR yang tidak mengorbankan kebutuhan generasi muda (Ardianto & Machfudz, 2011, p. 51).

Konsep *The Triple Bottom Line* (3P) yang dikemukakan oleh John Elkington sangat penting bagi keberlangsungan sebuah perusahaan. Konsep “3P” terdiri dari elemen *profit*, *people*, dan *planet*. Dalam konsep ini, perusahaan tidak dapat berorientasi pada *profit* saja, namun perusahaan juga perlu memperhatikan elemen *people* dan *planet*. Pada elemen *people* konsep “3P”, perusahaan harus memiliki keterlibatan yang bermanfaat bagi masyarakat. Perusahaan juga diharapkan turut berperan dalam pelestarian lingkungan pada elemen *planet* (Nor Hadi dalam Ardianto & Machfudz, 2011, p. 51).

Menurut Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLKH) produksi sampah di Indonesia mencapai 64 juta ton per tahun. Dari jumlah produksi sampah tersebut, 64 persen sampah berakhir di Tempat Pembuangan Akhir (TPA) tanpa di pilah terlebih dahulu (“Gembira Bersama Kelola Sampah Menuju Hidup Bersih Dan Sehat,” 2018, para. 3).

Pada tahun 2016, Sekretariat Adipura Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLKH) merilis data penambahan volume sampah plastik di 22 kota besar di Indonesia. Seperti yang tertera pada tabel 1.1, berdasarkan data dari Sekretariat Adipura KLKH, terjadi peningkatan volume sampah plastik di kota-kota besar di

Indonesia (“Pelaksanaan Peringatan Hari Peduli Sampah Nasional (HPSN) Tahun 2017,” n.d., para. 2).

**Tabel 1.1 Pertambahan Volume Timbulan Sampah Plastik di 22 Kota Metropolitan di Indonesia**

Tahun	Volume Timbulan Sampah Plastik di 22 kota Metropolitan Indonesia (m <sup>3</sup> )
2011	500,000
2012	500,000
2013	550,000
2014	1,000,000
2015	1,200,000

Sumber : <http://103.52.213.225/hukum/simppu->

[lhk/public/uploads/files/Surat%20Edaran%20Sampah.pdf](http://103.52.213.225/hukum/simppu-)

Riset yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), pada 2016 menyatakan bahwa [produksi sampah per hari](#) tertinggi berada di pulau Jawa. BPS juga merilis data keterangkutan sampah per hari di beberapa ibu kota provinsi di Indonesia di tahun 2016 yang tertera pada tabel 1.2. Provinsi DKI Jakarta menempati posisi ketiga untuk keterangkutan sampah per hari dengan prosentase sebesar 84,75 persen (Garnesia, 2018, para. 10).

Permasalahan sampah di Indonesia tidak selesai hanya dengan terangkutnya sampah-sampah tersebut. Hal ini dikarenakan apabila tidak ada pengelolaan yang baik terhadap produksi sampah yang semakin meningkat maka akan menimbulkan

pencemaran lingkungan. Pencemaran lingkungan yang berasal dari produksi sampah juga dapat menimbulkan permasalahan lain seperti munculnya gejala penyakit dan terjadinya bencana alam.

**Tabel 1.2 Keterangkutan Sampah per Hari di Beberapa Ibu Kota Provinsi di Indonesia Tahun 2016**

Ibu Kota Provinsi	Keterangkutan Sampah per Hari di Beberapa Ibu Kota Provinsi di Indonesia 2016 (%)
Mamuju	2,82
Pekanbaru	37,99
Tanjung Pinang	40,59
Kupang	76,95
DKI Jakarta	84,75
Banjarmasin	95,98
Denpasar	97,47

Sumber : <https://tirto.id/mengintip-kota-kota-gudang-sampah-di-indonesia-cE4o>

Penelitian yang dilakukan oleh BPS pada tahun 2013 dan 2014 menunjukkan bahwa perilaku memilah sampah rumah tangga di Indonesia mengalami penurunan dari 23,69 persen menjadi 18,84 persen. BPS juga menemukan bahwa perilaku tidak memilah sampah sebelum dibuang mengalami peningkatan dari 76,31 persen di tahun 2013 menjadi 81,16 persen pada tahun 2014 (Garnesia, 2018, para. 16).

**Tabel 1.3 Perlakuan Memilah Sampah dalam Rumah Tangga di beberapa Provinsi di Indonesia per Tahun 2014**

Provinsi	Dipilah dan sebagian dimanfaatkan (%)	Dipilah kemudian dibuang (%)	Sampah tidak dipilah (%)
Sulawesi Selatan	11,78	20,1	68,22
Kalimantan Tengah	7,59	16,53	75,87
Sulawesi Tenggara	5,63	16,62	77,75
Papua	6,83	11,27	81,9
Jawa Timur	8,39	7,1	84,51
Gorontalo	3,48	10,9	85,62
Nusa Tenggara Barat	7,61	4,1	88,29
DKI Jakarta	3,39	7,95	88,65
Maluku Utara	1,84	6,34	91,82

Sumber : <https://tirto.id/mengintip-kota-kota-gudang-sampah-di-indonesia-cE4o>

Tabel 1.3 di atas menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat untuk memilah sampah dalam rumah tangga masih sangat rendah. Provinsi DKI Jakarta sebagai ibu kota Indonesia masih memiliki tingkat pengurangan sampah yang rendah. Tingkat pengurangan sampah di Jakarta baru mencapai 9 persen (Shemi, 2018, para. 1). Sedangkan di kota Surabaya telah memiliki tingkat pengurangan sampah sebesar 48 persen (Shemi, 2018, para. 3).

Permasalahan sampah lebih sering terjadi di negara berkembang dibandingkan dengan negara maju. Masyarakat di negara berkembang masih belum memiliki kesadaran akan pengelolaan sampah (“Solid Waste Management,” 2017, para. 2). Salah satu cara pengelolaan sampah adalah dengan membuat program Bank Sampah.

Di Indonesia, tercatat sudah ada 5.244 bank sampah per Februari 2018 yang berada di 34 provinsi atau di 219 kabupaten dan kota di Indonesia (Lazuardi, 2018, para. 2).

Fenomena bank sampah ini membuat pemerintah dan perusahaan menggiatkan program bank sampah. Sebagai contoh, pemerintah kota Makassar memulai program bank sampah sejak tahun 2013. Jumlah Bank Sampah yang ada di Makassar mencapai 800 unit bank sampah (Salviah, 2018, para. 1). Sampah-sampah tersebut disetorkan oleh nasabah kemudian dikoordinir oleh Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Pengelolaan Daur Ulang Sampah Kota Makassar. Pemerintah kota Makassar menyiapkan dana hingga Rp2,8 miliar pada tahun 2018 untuk pembelian bahan daur ulang sampah yang dihasilkan warga kota Makassar (Ariefana, 2018, para. 2-3).

Pihak swasta turut membuat program bank sampah. Sebagai contoh, Unilever Indonesia melalui Yayasan Unilever Indonesia mulai melakukan pendekatan bank sampah sejak tahun 2008. Terdapat 2.237 bank sampah di Indonesia yang diadopsi Unilever. Hingga akhir tahun 2017 bank sampah tersebut sudah membantu mengurangi 4.787 ton sampah ke TPA (“Unilever Indonesia Apresiasi Pelaku Bank Sampah Lewat Jakarta Green & Clean 2017,” 2017).

Menyadari pentingnya CSR maka Kompas Gramedia sebagai salah satu perusahaan media terbesar di Indonesia, menjalankan program CSR sebagai tanggung jawab sosial perusahaan. Program CSR di Kompas Gramedia diberi *tagline* “KG Inspirasi Nusantara”. KG Inspirasi Nusantara memiliki tiga program yakni Inspirasi Pendidikan, Inspirasi Budaya serta Inspirasi Lingkungan. Pada Inspirasi

Lingkungan, Kompas Gramedia memiliki dua program CSR yakni Kampung Koran dan Bank Sampah. Berangkat dari permasalahan sampah di Indonesia khususnya di Jakarta, Kompas Gramedia membuat program CSR Bank Sampah yang merupakan pengembangan program CSR Kampung Koran Kompas Gramedia.

Kompas Gramedia melihat adanya permasalahan lingkungan yang terjadi di sekitar perkantoran Kompas Gramedia. Banyaknya masyarakat sekitar perkantoran Kompas Gramedia yang membuang sampah ke sungai serta adanya permasalahan ekonomi masyarakat di sekitar perkantoran Kompas Gramedia yang membutuhkan penghasilan tambahan, membuat Kompas Gramedia bersama Salam Rancage dan masyarakat sekitar perkantoran Kompas Gramedia membuat program CSR Bank Sampah. Salam Rancage adalah perusahaan yang bergerak di bidang sosial bisnis yang berlokasi di Bogor. Bank Sampah Kompas Gramedia dibuka di tiga kampung yakni di RW 02 Gelora, RW 06 Gelora dan RW 14 Grogol Utara.

Bank Sampah Kompas Gramedia terbuka untuk umum pada setiap hari Rabu di minggu pertama dan minggu ketiga di setiap bulan. Masyarakat yang ingin menjadi nasabah Bank Sampah harus mendaftarkan dirinya terlebih dahulu kemudian nasabah akan mendapat buku tabungan. Nasabah kemudian menyeter sampah yang sudah di pilah terlebih dahulu berdasarkan jenis sampah yang diterima oleh Bank Sampah. Terdapat 14 jenis sampah yang diterima oleh Kompas Gramedia diantaranya adalah (1) botol plastik; (2) plastik campur (emberan); (3) gelas plastik; (4) tutup botol plastik; (5) koran; (6) majalah; (7) kertas HVS; (8) Kardus; (9) duplex; (10) kaleng aluminium; (11) kaleng besi; (12) besi; (13) kaleng cat plastik, dan (16) botol

kaca. Jenis sampah tersebut memiliki harga yang berbeda-beda, yang disesuaikan dengan harga pengepul besar.

Nasabah bank sampah kemudian akan mendapatkan tabungan berdasarkan sampah yang mereka kumpulkan. Selanjutnya, Bank Sampah akan menjual sampah kepada pengepul sehingga nasabah bisa mendapatkan keuntungan berupa uang dari tabungan Bank Sampah. Saat ini sudah terdapat lebih dari 200 masyarakat yang menjadi nasabah Bank Sampah Kampung Koran. Kontribusi mereka dalam pengurangan (*reduce*) sampah yang dibuang minimal sebanyak satu ton setiap bulannya (Kompasgramedia.com).

**Tabel 1.4 Data Reduksi Sampah oleh Bank Sampah Kompas Gramedia di bulan Februari-November tahun 2016**

Bulan	Jumlah Reduksi Sampah (kg)
Februari	117.0
Maret	847.6
April	1,135.3
Mei	1,264.6
Juni	1,457.7
Juli	-
Agustus	1,844.6
September	1,412.0
November	1,180.6
Desember	1,272.8

Sumber : CSR Kompas Gramedia

Berdasarkan data dari tabel 1.4 di atas, terlihat jumlah reduksi sampah yang telah berhasil dikumpulkan oleh nasabah melalui Bank Sampah Kompas Gramedia pada bulan Februari-Desember 2016. Meskipun jumlah reduksi sampah belum stabil,

namun Bank Sampah Kompas Gramedia secara perlahan merubah perilaku masyarakat dan pandangan masyarakat mengenai sampah. Peneliti juga memfokuskan penelitian di Bank Sampah yang ada di RW 02 Gelora. Pemilihan Bank Sampah di RW 02 Gelora dilatarbelakangi karena lokasi Bank Sampah tersebut sangat dekat dengan Kompas Gramedia. Selain itu banyak sampah yang dibuang sembarangan baik ke jalan maupun ke sungai oleh masyarakat, dan semenjak ada Bank Sampah di RW 02 Gelora lingkungan sekitar menjadi lebih bersih.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk menganalisis bagaimana implementasi program *Corporate Social Responsibility* Kompas Gramedia di RW. 02 Gelora. Penelitian ini akan dilakukan dengan melakukan pendekatan kualitatif, paradigma post-positivis dan metode studi kasus.

## 1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan sampah yang ada di Indonesia sangat mengkhawatirkan. Jumlah sampah yang di produksi oleh masyarakat Indonesia tidak diiringi dengan perilaku memilah sampah. Masyarakat Indonesia masih belum memiliki kesadaran mengenai perilaku memilah sampah. Padahal perilaku memilah sampah dapat menjadi salah satu penanggulangan produksi sampah yang terus meningkat.

Kompas Gramedia merupakan salah satu perusahaan dengan fokus bisnis media terbesar di Indonesia. Dalam menjaga keberlangsungan perusahaannya dibutuhkan suatu kegiatan *CSR*. Kompas Gramedia melihat permasalahan sampah yang ada di Indonesia dan ada di sekitar perusahaan, yakni masyarakat di sekitar

perusahaan membuang sampah di sungai dan masyarakat di sekitar perusahaan Kompas Gramedia memiliki kategori ekonomi menengah dan membutuhkan penghasilan tambahan. Melalui permasalahan tersebut, Kompas Gramedia membuat Bank Sampah sebagai salah satu program CSR perusahaan. Program Bank Sampah ini juga dapat dibilang berhasil karena setiap bulannya, Bank Sampah dapat mengurangi sampah mencapai satu ton setiap bulan.

Terdapat beberapa model strategi implementasi CSR namun peneliti menggunakan *CSR Model Process* menurut Coombs & Holladay yang terdiri dari tahapan (1) *scan and monitor*, (2) *formative research*, (3) *create CSR initiative*, (4) *communicate CSR initiative*, dan (5) *evaluation and feedback*. Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah, “Bagaimana Implementasi Bank Sampah Kompas Gramedia di RW 02 Gelora?”

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah :

1. Apa jenis inisiatif CSR program CSR Bank Sampah?
2. Dalam program CSR Bank Sampah apakah terdapat penerapan ISO 2600, *triple bottom line* dan *sustainable development*?
3. Bagaimana implementasi program CSR Bank Sampah RW 02 Gelora menggunakan *CSR Process Model* Coombs & Holladay?

4. Bagaimana penerapan *community development* dalam implementasi program *Corporate Social Responsibility* Bank Sampah Kompas Gramedia di RW 02 Gelora?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis implementasi *CSR* Kompas Gramedia melalui Bank Sampah di RW 02 Gelora.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Peneliti berharap dapat memberi kontribusi melalui penelitian ini baik secara akademis, praktis maupun sosial. Adapun kegunaan dari penelitian ini antara lain :

1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi khususnya di jurusan *Public Relations*. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi mahasiswa *Public Relations* mengenai strategi program *CSR*. *CSR* dapat dilakukan tidak hanya dengan memberikan bantuan berupa uang atau yang lainnya.

Melalui penelitian ini dapat dibuktikan bahwa program *CSR* dalam perusahaan dapat dilakukan dengan pemberdayaan masyarakat.

## 2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan evaluasi bagi Kompas Gramedia sebagai objek penelitian dalam implementasi program *CSR* melalui Bank Sampah. Penelitian ini juga diharapkan dapat menstimulusi perusahaan lain yang ingin melakukan kegiatan *CSR* bagi perusahaan.

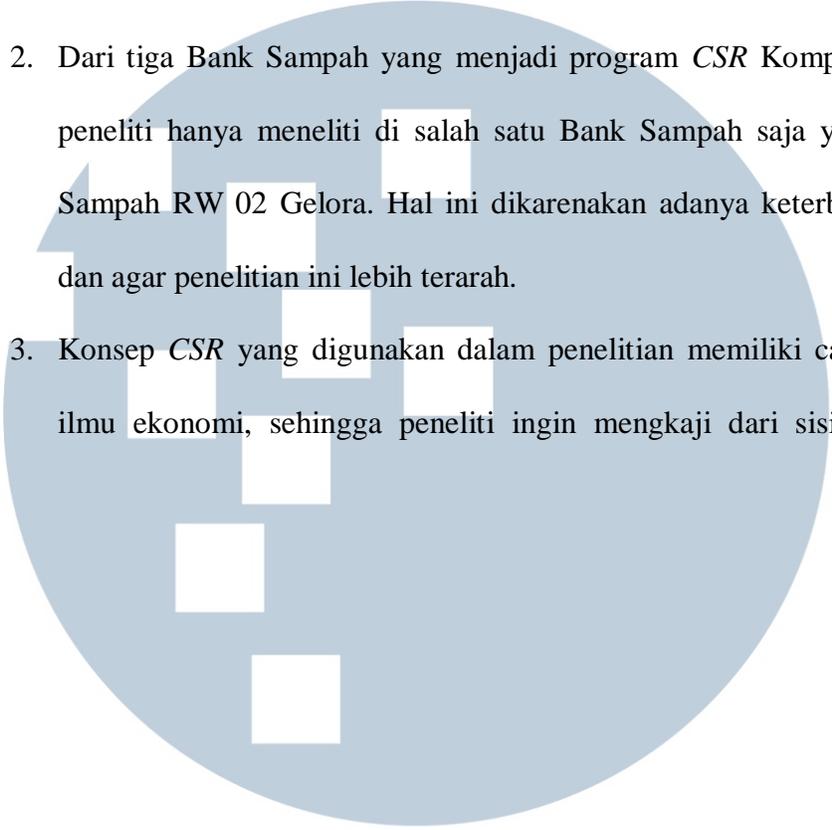
## 3. Kegunaan Sosial

Melalui penelitian ini, peneliti berharap tingkat kesadaran masyarakat akan permasalahan sampah dapat meningkat. Peneliti juga berharap penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman bagi masyarakat, khususnya agar masyarakat dapat melakukan tindakan pengelolaan sampah. Pengelolaan sampah dapat dilakukan masyarakat melalui bank sampah seperti yang menjadi objek dalam penelitian ini.

## 1.6 Batasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menyadari masih banyak kekurangan. Kekurangan tersebut disebabkan karena peneliti memiliki beberapa batasan penelitian diantaranya adalah:

1. Peneliti hanya meneliti program *CSR* Bank Sampah yang diimplementasikan oleh Kompas Gramedia, padahal terdapat program *CSR* Bank Sampah yang diimplementasikan oleh perusahaan lain.

- 
2. Dari tiga Bank Sampah yang menjadi program *CSR* Kompas Gramedia, peneliti hanya meneliti di salah satu Bank Sampah saja yakni di Bank Sampah RW 02 Gelora. Hal ini dikarenakan adanya keterbatasan waktu dan agar penelitian ini lebih terarah.
  3. Konsep *CSR* yang digunakan dalam penelitian memiliki cakupan dalam ilmu ekonomi, sehingga peneliti ingin mengkaji dari sisi komunikasi.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA