



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

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Perusahaan merupakan badan usaha yang memberikan banyak manfaat bagi masyarakat, seperti membuka lapangan kerja dan menyediakan barang kebutuhan masyarakat. Akan tetapi, tanpa disadari aktivitas perusahaan sering menimbulkan berbagai persoalan sosial dan lingkungan, seperti menimbulkan polusi udara, kebisingan, diskriminasi, dan bentuk *negative externalities* lainnya (Nurbaety, 2015). Berdasarkan hal tersebut, muncul kebutuhan bagi perusahaan untuk dapat berinteraksi dan beradaptasi dengan komunitas lokal agar mendapatkan kepercayaan yang dikaitkan dengan budaya perusahaan dan etika bisnis dalam bentuk tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility - CSR*) semakin populer penerapannya di Indonesia. Banyak perusahaan (terutama perusahaan besar) yang menjalankan aktivitas kegiatan CSR. Dalam menerapkan CSR perusahaan melibatkan partisipasi masyarakat dalam menjaga eksistensi perusahaan, masyarakat merupakan pihak yang paling berpengaruh karena pihak yang paling merasakan dampak yang diperoleh dari kegiatan perusahaan (Ratnasari, 2012).

Sesuai dengan UU No. 23/2009 pasal 68 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (PPLH) setiap orang yang melakukan usaha dan atau berkegiatan memiliki sejumlah kewajiban. Termasuk menjaga keselarasan hidup lingkungan sekitar, sehingga sekarang ini setiap perusahaan wajib untuk melakukan tanggung jawab sosial (CSR). Sebuah perusahaan wajib untuk

melakukan tanggung jawab sosial dengan peduli terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Terlebih jika perusahaan tersebut memiliki tingkat resiko yang tinggi terhadap perubahan lingkungan alam dan sosial (Widowati, 2013).

Undang-Undang No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan entitas bisnis melaksanakan tanggung jawab sosialnya atau lebih populer dengan sebutan CSR. Oleh sebab itu, CSR saat ini semakin menjadi perhatian masyarakat umum, terutama dunia bisnis. Terlihat dimana perusahaan yang melakukan hal tersebut “terlihat baik” bagi konsumen potensial mereka, para investor, para analisis keuangan, rekan bisnis, dalam *annual report*, dalam berita, bahkan dalam suatu kongres dan pada ruang sidang (Philip Kotler dalam Primadini 2008). Dengan kata lain, CSR bisa membantu produk, bahkan perusahaan dalam memperoleh reputasi baik di mata masyarakat.

Indonesia merupakan negara kepulauan dan memiliki berbagai transportasi yaitu darat, laut dan udara. Transportasi udara dipilih karena lebih cepat dan mudah untuk menghubungkan antarpulau yang berjauhan. Transportasi membutuhkan bahan bakar untuk menggerakkan setiap kendaraannya. Bahan bakar yang digunakan oleh transportasi udara adalah Avtur.

Avtur adalah bahan bakar fosil yang bersumber pada tambang minyak bumi jenis polutan yang dibuang oleh transportasi udara ialah karbondioksida (CO<sub>2</sub>), nitrogen oksida (NO<sub>x</sub>), dan sulfur dioksida (SO<sub>2</sub>). Dalam penggunaannya, jenis polutan tersebut memiliki dampak yang buruk bagi bumi karena tidak dapat diabsorpsi oleh tumbuhan hijau dan dapat memanasi bumi karena rusaknya lapisan ozon di atmosfer (Lilik, 2020 p.32).

Garuda Indonesia memiliki komitmen untuk menjadi maskapai penerbangan yang peduli dengan lingkungan. Sehingga juga menyediakan program kerja sama yang dapat meningkatkan pemberdayaan masyarakat dan lingkungan. Program-program CSR yang disebut *Garuda Indonesia Cares* (Garuda Indonesia Peduli), merupakan salah satu komitmen Garuda Indonesia *Green Airline*, bertujuan menjadikan maskapai penerbangan selaras dengan masyarakat dan alam dalam wujud keterlibatan Garuda Indonesia sebagai salah satu *Founding Member* dalam *Indonesia Business Council for Sustainable Development* (IBCSD). Program yang dijalankan bersinergi dengan upaya pemerintah, dan institusi lainnya baik domestik maupun internasional yang menyentuh 3 aspek CSR yakni Ekonomi, Sosial dan Lingkungan secara konsisten dan berkesinambungan ([www.garudaindonesia.com](http://www.garudaindonesia.com)). Berdasarkan berita di *mediabumn.com* menginformasikan bahwa Garuda Indonesia melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) mendukung upaya konservasi daerah tangkapan air (DTA) Danau Toba melalui penanam 5 ribu bibit pohon dilahan seluas 10 hektar di kecamatan Sipitu (2018).

PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk yang merupakan maskapai penerbangan nasional Indonesia telah melaksanakan tanggung jawab sosial sesuai dengan peraturan pemerintah, berupa CSR PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan). Salah satu kegiatan CSR PKBL PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk mendukung upaya konservasi daerah tangkapan air (DTA) Danau Toba melalui penanaman 5 ribu bibit pohon di lahan seluas 10 hektar di Kecamatan Sipitu, Kabupaten Humbang Hasundutan, Sumatera Utara, yang merupakan perbatasan langsung wilayah perairan Danau Toba.

Program tanggung jawab sosial perusahaan CSR telah menjadi pendekatan yang tepat bagi entitas bisnis untuk mengakar dan tumbuh kembang bersama masyarakat. CSR menjadi sarana pengikat antara perusahaan dengan konsumen atau pelanggan, sebagai upaya menumbuhkan rasa memiliki masyarakat terhadap perusahaan sekaligus menjadi alat untuk menyelaraskan dinamika bisnis dengan kelestarian lingkungan. Garuda Indonesia menyadari bahwa setiap kemajuan yang diraih perusahaan sudah selayaknya dinikmati pula oleh masyarakat, antara lain melalui berbagai program kerja sama yang dapat meningkatkan pemberdayaan masyarakat dan lingkungan.

Program CSR di PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk mengacu pada ISO 26000:2010 sebagai *Guideline for Social Responsibility*. Bentuk kepedulian dan kontribusi terhadap pembangunan nasional diwujudkan PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk dalam dua program CSR yaitu program kemitraan dan program bina lingkungan (PKBL). PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk menjalin kerja sama dengan berbagai pihak terkait dan masyarakat melalui empat pilar utama, yaitu program kesehatan, pendidikan, ekonomi, dan lingkungan hidup.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah peneliti uraikan diatas maka dalam penelitian ini akan mendeskripsikan tentang bagaimana strategi dan implementasi kegiatan CSR melalui Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL). Sehingga penelitian ini mengambil judul : Strategi *Corporate Social Responsibility* (Studi Kasus Program Garuda Indonesia Peduli Lingkungan Reforestasi di Danau Toba dalam Menjaga Reputasi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Sebagai transportasi udara yang menggunakan bahan bakar avtur memiliki dampak dapat merusak lingkungan. Garuda Indonesia mampu mempertahankan komitmen sebagai *green airline*, dengan melaksanakan CSR reforestasi menanam 5000 bibit pohon untuk 10 Ha kawasan krisis DTA Danau Toba.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Bagaimana strategi CSR dalam menjaga reputasi PT Garuda Indonesia Persero Tbk?

## **1.4 Tujuan penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam program CSR PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk.
2. Untuk mengetahui strategi, serta keberhasilan dari pengimplementasian CSR ini terhadap reputasi perusahaan sebagai tanggung jawab sosial pada PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

### **a. Kegunaan Akademis**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut bagi penelitian selanjutnya maupun bagi masyarakat umum, serta diharapkan dapat memberikan manfaat guna menambah keilmuan yang berkaitan dengan studi CSR. Dan sebagai salah satu syarat dalam menempuh Ujian Akhir Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

### **b. Kegunaan Praktis**

Sebagai masukan dan saran bagi PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk dalam strategi dan implementasi kegiatan CSR dan sebagai bahan kajian bagi penelitian selanjutnya.