



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 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial selama menjalankan bisnisnya. Bukan hanya citra dan reputasi saja yang dijaga, perusahaan juga perlu menjaga hubungan baik dengan masyarakat agar operasional perusahaan bisa berumur panjang. Adanya tanggung jawab sosial yang konkret terhadap masyarakat membuat perusahaan menjadi lebih *aware* pada lingkungan sekitarnya. Tidak hanya menjalankan keperluan bisnis semata, namun sadar akan kebutuhan sosial masyarakat lalu bersedia untuk benar-benar membantu kebutuhan mereka.

Tanggung jawab sosial ini dikenal dengan sebutan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Ardianto dan Machfudz (2011) dalam jurnal Pranoto & Yusuf (2014), *Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah komitmen perusahaan atau dunia bisnis dalam melaksanakan kontribusi pada pengembangan ekonomi yang berkelanjutan, mengutamakan aspek ekonomi, sosial, serta lingkungan. Dilansir dari *kliklegal.com* (2017), di Indonesia terdapat regulasi pelaksanaan tanggung jawab sosial yang diatur dalam Undang-Undang No. 25 tahun 2007 mengenai Penanaman Modal, Undang-Undang No. 40 tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas, dan Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012 mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

Adira Finance menjadi salah satu perusahaan yang peduli akan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR), pasalnya perusahaan memiliki program CSR berkelanjutan sejak tahun 2017, diantaranya mengadakan program pada tahun 2017 bernama Langkah Untuk Negeri, tahun 2018 mengadakan Festival Pesona Lokal, tahun 2019 mengadakan Festival Pesona Lokal dan Festival Pasar Rakyat, tahun 2020 dan 2021 mengadakan Festival Kreatif Lokal dan Festival Pasar Rakyat.

PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk atau lebih dikenal dengan nama Adira Finance merupakan salah satu perusahaan pembiayaan terbesar di Indonesia.

Adira Finance telah melaksanakan program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan konsep *Creating Shared Value* (CSV), tujuannya untuk meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang berkelanjutan, yang mana bermanfaat bagi masyarakat luas, seluruh pemangku kepentingan, dan pelanggan. *International Organization for Standardization* atau ISO adalah salah satu standar internasional dari sistem manajemen yang ditujukan untuk mengukur mutu organisasi, pun memegang peran penting dalam mengukur kredibilitas perusahaan jika ingin bersaing dengan standar global dan menjadi salah satu cara agar sistem manajemen mutunya meningkat (Edwin, 2020). Tahun 2004 ISO memiliki inisiatif untuk membentuk sebuah *working group*, yaitu panduan dan standardisasi dari pelaksanaan tanggung jawab perusahaan sosial yang dinamakan ISO 26000: *Guidance Standard on Social Responsibility* (Mahendra, 2016). ISO 26000 mengartikan CSR sebagai tanggung jawab dari sebuah organisasi atas dampak keputusan pun aktivitasnya pada masyarakat dan lingkungan hidup, diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis, memberikan keberlanjutan serta kesejahteraan masyarakat dengan konsisten, kepentingan *stakeholder* dipertimbangkan, sesuai dengan hukum yang berlaku, konsisten pada berbagai norma perilaku internasional yang diintegrasikan di semua aktivitas organisasi, yang meliputi produk, kegiatan, dan jasa (Rusdianto, 2013). Tertulis dalam jurnal (Pranoto & Yusuf, 2014), dokumen ISO 26000 menekankan bahwa *social responsibility* menjadi titik penting dalam kelanjutan organisasi. Ada beberapa isu pokok dalam dokumen tersebut, seperti pengembangan konsumen, masyarakat, praktik dari kegiatan institusi/lembaga yang sehat, hak asasi manusia, ketenagakerjaan, lingkungan, serta *organizational governance*.

Dalam proses pelaksanaannya, CSR membutuhkan jalur komunikasi yang jelas dan terstruktur, agar penyampaian pesan dan tindakan yang dilakukan perusahaan bisa tepat sasaran dan berdampak. Broom & Sha (2012, p. 43) menjelaskan *Public Relations* sebagai fungsi manajemen yang membangun dan memelihara relasi baik yang saling menguntungkan antara perusahaan dan publik, yang mana akan memengaruhi keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan.

Penggerak program CSR Adira Finance terletak di departemen *Brand and Communication* yang menaungi divisi bernama *External Communication*. Salah satu program CSR perusahaan dalam pilar Sahabat Lokal, adalah Festival Pasar Rakyat (FPR) yang sudah berjalan sejak 2019. Festival Pasar Rakyat merupakan program CSR yang mengutamakan eksistensi pasar tradisional; sekarang disebut sebagai pasar rakyat, di Indonesia. Kegiatannya akan fokus tentang bagaimana pasar-pasar tersebut bisa bertahan pada masa pandemi Covid-19 dan era *new normal*.

Melihat kondisi pandemi Covid-19 di Indonesia yang semakin membaik, Festival Pasar Rakyat tahun 2021 dilaksanakan secara *hybrid (online dan offline)*. Penyelenggaraan kegiatan akan tetap fokus pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), khususnya ekosistem di pasar rakyat. Menurut Kementerian Perdagangan RI, tercatat dari 285 Kabupaten dan Kota, terjadi penurunan omzet dari pedagang pasar rakyat sebesar 39% karena pembeli cenderung takut untuk pergi ke tempat yang ada kerumunan warga (Wahyudi, 2020). Digitalisasi pasar rakyat perlu dimaksimalkan agar para pedagang bisa bertahan secara ekonomi. Dilansir dari *pressrelease.kontan.co.id* (2020), Wakil Menteri Perdagangan RI, Jerry Sambuaga berkata bahwa pemerintah perlu bersinergi dengan sektor swasta untuk menunjang program digitalisasi, agar membuka peluang lapangan kerja dan ekonomi dapat berjalan.

Festival Pasar Rakyat (FPR) 2021 diselenggarakan di lima lokasi pasar, yaitu Pasar Muara Karang, Fresh Market Bintaro, Pasar Modern Sinpasa, Pasar Grand Galaxy City, dan Pasar Sukatani Depok. Kegiatan CSR meliputi *workshop* bersama para narasumber (membahas digitalisasi dan literasi keuangan), lalu dilanjutkan dengan kegiatan cerdas cermat di pasar rakyat. FPR 2021 bertujuan untuk menciptakan ekosistem pasar rakyat yang paham digitalisasi (usahanya mengikuti perkembangan zaman), sebagai komitmen Adira Finance dalam upaya meningkatkan kesejahteraan UMKM di Indonesia, dan mempublikasikan pada publik betapa pentingnya pasar rakyat sebagai tonggak perekonomian bangsa dan ruang publik dinamis.

Sejak awal, penulis merasa penasaran dan tertarik pada tugas seorang *External Communication* di sebuah perusahaan korporat. Setiap perusahaan memiliki fungsi *Public Relations* yang berbeda-beda, di Adira Finance, peran maupun aktivitas *Public Relations* terletak di dalam divisi *External Communication*. Selain itu, ternyata *External Communication* tidak hanya terhenti untuk aktivitas *Public Relations* saja, melainkan bertugas juga menjadi seorang *CSR Officer*, khusus untuk membahas dan menyelenggarakan program CSR perusahaan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kerja magang menjadi implementasi tanggung jawab praktik yang wajib dijalankan oleh para mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Tujuan kerja magang yang ingin diperoleh penulis adalah untuk mengetahui aktivitas *External Communication* Adira Finance dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) Festival Pasar Rakyat 2021, serta untuk mendapatkan dan merasakan pengalaman langsung bekerja dalam bidang komunikasi, yang tentunya sesuai dengan petunjuk dan arahan dari pembimbing lapangan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan

Kerja magang di Adira Finance dilaksanakan selama 65 hari, dimulai sejak tanggal 16 Agustus sampai 15 November 2021. Pelaksanaan kerja magang dilakukan dari hari Senin sampai Jumat, dengan waktu masuk kerja pukul 08.30 hingga 17.30, terkadang masuk hari Sabtu jika sedang ada acara, contohnya *meeting urgent*. Pandemi Covid-19 menyebabkan perusahaan menerapkan sistem kerja *hybrid*, yaitu *Work From Home* (WFH) dan *Work From Office* (WFO). Jadwal pelaksana kerja magang masuk kantor (WFO) mengikuti jadwal dari pembimbing lapangan (*supervisor/mentor*), biasanya dalam satu minggu WFO 1 sampai 2 kali saja.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan

Berikut merupakan beberapa tahapan prosedur pelaksanaan kerja magang:

1. Mahasiswa mempersiapkan dan membuat *Curriculum Vitae* (CV), portofolio, serta *cover letter* untuk dikirimkan ke *email* perusahaan pada tanggal 29 Juli 2021, melalui *email student*.
2. Pihak Adira Finance, dari tim *recruitment* menghubungi mahasiswa melalui aplikasi pesan WhatsApp tanggal 2 Agustus 2021 dan masuk tahap *interview* secara daring yang dijadwalkan tanggal 3 Agustus 2021 pukul 10.30-11.00 WIB.
3. Mahasiswa menerima kabar penerimaan magang dari tim *recruitment* tanggal 12 Agustus bahwa periode magang akan dimulai dari tanggal 16 Agustus 2021 dan selesai tanggal 15 November 2021.
4. Mahasiswa mengisi *google form* KM-01, sebagai salah satu syarat dari Universitas Multimedia Nusantara (UMN) untuk membuat surat pengantar kerja magang ke perusahaan dan persetujuan kelayakan perusahaan tempat magang.
5. Mahasiswa menerima KM-02 atau surat pengantar magang pada tanggal 13 Agustus 2021, telah disetujui dan dilegalisir oleh Ketua Program Studi untuk magang di Adira Finance.
6. Mahasiswa meminta surat keterangan diterima magang pada Adira Finance.
7. Mahasiswa mendapatkan nama dosen pembimbing magang dari UMN.
8. Mahasiswa membuka *website my.umn.ac.id* dan mengunduh KM-03 (kartu kerja magang), KM-04 (daftar kehadiran kerja magang), KM-05 (laporan realisasi kerja magang/rekap), KM-06 (penilaian kerja magang), dan KM-07 (verifikasi laporan magang).
9. Selama periode magang, mahasiswa melengkapi Kartu Magang (KM), mengikuti bimbingan magang bersama dosen, serta meminta tanda tangan dan penilaian kerja magang kepada pembimbing kerja lapangan (*supervisor/mentor*) saat periode magang berakhir.