



### **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 era globalisasi ini dunia usaha semakin berkembang pesat dan masing-masing perusahaan beradu strategi dan inovasi untuk menarik konsumen. Persaingan ketat yang ini menuntut setiap perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan atau produk dan membentuk citra perusahaan yang baik di mata masyarakat. Untuk itu diperlukan komunikasi yang baik antara perusahaan dengan publiknya agar perusahaan dapat terus mempertahankan eksistensinya di dunia usaha. Selain itu citra perusahaan yang kuat juga merupakan hal terpenting bagi banyak proses pengembangan bisnis dewasa ini. Citra membantu menggerakkan produk, membangun kesetiaan bagi merek lokal maupun global, dan menuntun reputasi korporasi baik di dalam maupun luar korporasi. Citra perusahaan harus dikelola dengan baik agar dapat membentuk reputasi perusahaan yang baik.

Di dalam perkembangan dunia bisnis ini, masyarakat tidak lagi melihat perusahaan dari jasa atau produk yang dihasilkan, tetapi juga melihat apakah perusahaan tersebut melakukan hal-hal baik dan terpuji seperti tanggung jawab sosial perusahaan. Masyarakat mengharuskan perusahaan tidak hanya berorientasi pada profit saja tetapi juga harus mempunyai tanggung jawab sosial. Seperti yang dikemukakan

oleh Howard Bowen yang dikenal sebagai Bapak CSR, bahwa organisasi harus beroperasi dengan nilai-nilai dan tujuan masyarakat secara konsisten. Perusahaan harus berpikir di luar tanggung jawab keuangan dan hukum namun juga tanggung jawab etis dan filantropis (Caroll, 1999, h. 262). Perusahaan harus mempertimbangkan berbagai pemangku kepentingan di luar mengistimewakan investor saja. Dalam arti luas, CSR adalah pemahaman bahwa organisasi memiliki tanggung jawab di luar pemegang saham yaitu masalah sosial (Husted & Salazar 2006; McWilliams, Siegel, & Wirght 2006, h. 262). Perusahaan harus menyadari betul peran masyarakat sebagai salah satu *stakeholder* perusahaannya. Masyarakat mempunyai peran penting yang mempengaruhi keberadaan perusahaan itu. Manfaat CSR tidak hanya menguntungkan perusahaan namun juga menguntungkan masyarakat. Perusahaan membantu masyarakat berkembang dan mandiri dan masyarakat pun mendukung perkembangan perusahaan. Dengan adanya CSR, perusahaan dan masyarakat sama-sama berkembang. Hal ini sejalan dengan pemikiran Ardianto dan Machfudz bahwa tujuan dari CSR adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan menjadikan masyarakat yang berkembang dan mandiri (2011, h. 54). Sebaliknya bagi perusahaan, jika hal baik tersebut telah tercipta maka diharapkan masyarakat dapat mendukung eksistensi dan perkembangan perusahaan.

Tanggung jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (selanjutnya akan disingkat CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi atau perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Tujuan

dari CSR ini adalah untuk mempertanggung-jawabkan tindakan-tindakan suatu perusahaan dan berusaha untuk menimbulkan *impact* positif melalui aktivitas perusahaan terhadap lingkungan, pelanggan, karyawan, komunitas, *stakeholder* dan semua anggota publik yang berada dalam jangkauan operasi bisnisnya.

Pengelolaan rumah sakit di Indonesia ditentukan berdasarkan ketentuan Pasal 20 Undang-Undang No. 44 tahun 2009 tentang Rumah Sakit ditentukan:

1. Berdasarkan pengelolaannya Rumah Sakit dapat dibagi menjadi rumah sakit publik dan rumah sakit privat.
2. Rumah sakit publik sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan badan hukum yang bersifat nirlaba.
3. Rumah sakit publik yang dikelola Pemerintah dan Pemerintah Daerah diselenggarakan berdasarkan pengelolaan Badan Layanan Umum atau Badan Layanan Umum Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Rumah sakit publik yang dikelola Pemerintah dan Pemerintah Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak dapat dialihkan menjadi Rumah Sakit privat.

Selanjutnya dalam Pasal 21 Undang-Undang No. 44 tahun 2009 ditentukan bahwa Rumah Sakit Privat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 ayat (1) dikelola oleh badan hukum dengan tujuan profit yang berbentuk Perseroan Terbatas atau Persero.

Di Indonesia CSR diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 Tentang Perseroan Terbatas Ayat (1) menyatakan perseroan yang

menjalankan kegiatannya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Ayat (2) berbunyi tanggung jawab sosial dan lingkungan itu merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Ayat (3) menyatakan perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana Pasal 1 dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Ayat (4) berbunyi ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Rumah Sakit yang berbentuk PT atau Persero dalam kegiatan usaha dan pelayanannya tidak terlepas dari ketentuan tersebut yakni melaksanakan CSR. Dalam pelaksanaannya bentuk CSR rumah sakit yang berbentuk PT atau Persero dapat dilakukan dengan berbagai macam kegiatan, misalnya pembinaan kesehatan pada masyarakat, berpartisipasi aktif dalam tanggap darurat pada saat terjadinya bencana, pengobatan gratis pada masyarakat kurang mampu dan penyuluhan kesehatan pada masyarakat (Putra, 2012, para. 7-9).

CSR juga mempunyai panduan dan standarisasi untuk tanggung jawab sosial yang dibuat oleh *International Organization for Standardization (ISO)* yang diberi nama *ISO 26000: Guidance Standard on Social Responsibility* yang dijadikan standar pedoman untuk penerapan CSR. ISO 26000 mengartikan CSR sebagai tanggung jawab suatu organisasi yang atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat and lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis.

ISO 26000, CSR mencakup tujuh isu pokok, yaitu:

1. Tata kelola organisasi (*organizational governance*): sistem pengambilan dan penerapan keputusan perusahaan dalam rangka pencapaian tujuannya.
2. Hak asasi manusia (*human rights*): hak dasar yang berhak dimiliki semua orang sebagai manusia, yang antara lain mencakup hak sipil, politik, ekonomi, sosial, dan budaya.
3. Praktik ketenagakerjaan (*labour practices*): segala kebijakan dan praktik yang terkait dengan pekerjaan yang dilakukan di dalam atau atas nama perusahaan.
4. Lingkungan (*the environment*): dampak keputusan dan kegiatan perusahaan terhadap lingkungan.
5. Prosedur operasi yang wajar (*fair operating procedures*): perilaku etis organisasi saat berhubungan dengan organisasi dan individu lain.
6. Isu konsumen (*consumer issues*): tanggung jawab perusahaan penyedia barang/jasa terhadap konsumen dan pelanggannya.
7. Pelibatan dan pengembangan masyarakat (*community involvement and development*): hubungan organisasi dengan masyarakat di sekitar wilayah operasinya.

Meskipun jelas bahwa CSR menggarisbawahi perilaku etis dari setiap bisnis, ada juga manfaat lain yang didapat oleh perusahaan dengan melakukan CSR. Beberapa keuntungan tersebut termasuk peningkatan citra dan reputasi, penurunan biaya operasi, peningkatan biaya penjualan dan loyalitas konsumen, dan peningkatan produktivitas. Susanto (2007, h. 28) mengatakan, perusahaan yang menjalankan tanggung jawab

sosialnya secara konsisten akan mendapatkan dukungan yang luas dari komunitas yang merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankannya. CSR akan meningkatkan citra perusahaan dan dalam waktu yang panjang akan terakumulasi menjadi reputasi perusahaan. Menurut survei yang dilakukan oleh Environics International (Toronto), Conference Board (New York) dan Prince of Wales Business Leader Forum (London) bahwa 60% dari 25.000 responden di 23 negara berpendapat bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu faktor pembentuk citra baik perusahaan. Menurut berbagai tulisan, survei, dan penelitian, perusahaan melaksanakan CSR bukan selalu murni atas dasar kesadaran perusahaan, tetapi merupakan tuntutan dalam menghadapi arus globalisasi dan tuntutan pasar bebas (*free market*) (dalam Busyra Azheri 2009, h. 2).

Tren CSR di Indonesia saat ini tidak hanya di dalam industri jasa produk yang mengambil sumber daya alam saja. Perusahaan-perusahaan yang menjual jasa pun turut melakukan CSR, khususnya di industri kesehatan. Dirjen Bina Upaya Kesehatan Kemenkes Akmal Taher mengatakan dalam beberapa tahun terakhir pertumbuhan rumah sakit swasta berkisar 5% tiap tahunnya (2014, para. 2). Data Kemenkes menunjukkan, jumlah rumah sakit swasta yang terdaftar per 1 Januari 2014 sebanyak 455 untuk rumah sakit umum dan 246 untuk rumah sakit khusus, rumah sakit umum swasta non-profit sebanyak 531 dan rumah sakit khusus non-profit berjumlah 202. Jumlah tersebut meningkat jika dibandingkan tahun sebelumnya, di mana rumah sakit swasta kategori umum sebanyak 300 dan kategori khusus sebanyak 168. Sedangkan rumah sakit swasta non-profit untuk kategori rumah sakit umum sebanyak 515 dan

kategori khusus sebanyak 212 (2014, para. 5-6). Menurut Sigit Wardjojo selaku Kepala Dinas Kesehatan Provinsi Banten, Kota Tangerang Selatan merupakan satu-satunya di Indonesia yang jumlah rumah sakitnya lebih banyak dari Puskesmas. Saat ini jumlah rumah sakit di Tangerang Selatan ada 27 unit dan Puskesmas 25 unit (2015, para. 1).

Beberapa rumah sakit di Indonesia pun sudah melaksanakan CSR. Misalnya seperti Rumah Sakit Pondok Indah yang membuat kegiatan Peduli Sosial (Revitalisasi Posyandu, Pemberian bantuan obat-obatan, operasi bibir sumbing, dsb) dan Siloam Hospitals yang mengadakan tes kesehatan gratis untuk 2000 warga Jakarta. Selain itu juga ada Rumah Sakit Omni Alam Sutera, selanjutnya akan disebut OMNI Hospitals, yang melakukan praktik CSR dengan membuat program yang sangat unik dan menarik. Sampai saat ini, belum ditemukan adanya praktik CSR sama seperti yang dilakukan oleh OMNI Hospitals. OMNI Hospitals yang menjalankan perannya sebagai perusahaan di bidang kesehatan yang besar, melakukan CSR dengan program edukasi demi meningkatkan pengetahuan dan pendidikan anak-anak sejak dini yaitu dengan program “Aku Dokter Cilik”.

Program edukasi “Aku Dokter Cilik” ini mengajak anak-anak umur 4 sampai dengan 12 tahun untuk belajar menjadi dokter sehari dengan konsep yang menyenangkan, yaitu seperti menjadi dokter sehari. Anak-anak memakai baju operasi di ruang operasi, menggunakan jas dokter dan belajar menggunakan stetoskop, belajar menyikat gigi dan mencuci tangan yang benar, dsb. OMNI Hospitals mendalami program CSR ini di bidang Pengembangan Masyarakat karena program ini

mengedukasi anak-anak dalam bidang kesehatan dengan tujuan agar anak-anak dapat menjadi lebih mandiri dan berwawasan luas.

Fakta-fakta tersebut membuat kasus OMNI Hospitals berbeda dengan rumah sakit lainnya dan layak dijadikan objek penelitian dengan judul Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Membentuk Citra Positif Perusahaan (Studi Kasus Program “Aku Dokter Cilik” OMNI Hospital Alam Sutera). Meskipun CSR ini baru berjalan satu tahun, namun sudah dipastikan bahwa CSR ini akan terus berjalan sebagai sifat dari CSR yaitu *sustainability* yaitu secara terus menerus dan berkesinambungan.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka perumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah: Bagaimanakah Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Memperbaiki Citra OMNI Hospital Alam Sutera?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah Implementasi *Corporate Social Responsibility* “Aku Dokter Cilik” dalam Memperbaiki Citra OMNI Hospitals Alam Sutera.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

### 1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi untuk bahan penelitian lebih lanjut bagi para peneliti maupun masyarakat umum yang berkaitan dengan studi CSR.

### 2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan sarana evaluasi bagi OMNI Hospitals Alam Sutera bagi divisi *Marketing Communication* yang berkaitan langsung dengan program CSR ini.

UMMN