



### **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 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. LATAR BELAKANG**

Dalam mengembangkan bisnisnya, perusahaan bertanggung jawab memperhatikan kondisi sosial dan lingkungan masyarakat. Keberadaan perusahaan juga dianggap mampu memberikan banyak kontribusi untuk masyarakat, terkait peluang dan ketersediaan lapangan kerja, donasi untuk masyarakat, dan juga perkembangan ekonomi masyarakat. Selain berorientasi pada bisnis, perusahaan juga harus memiliki jiwa sosial dalam hal bermasyarakat. Berbagai strategi pun dilakukan untuk dapat memperpanjang dan mempertahankan kelangsungan operasional perusahaan. Hal ini menuntut perusahaan harus mampu berkontribusi dengan baik terhadap masyarakat sekitar, yang tujuannya adalah untuk membentuk keselarasan dan keseimbangan. Perusahaan harus membina hubungan baik dengan masyarakat, khususnya yang lingkungannya terdampak operasi.

Masyarakat adalah pihak eksternal perusahaan yang memberikan penilaian terhadap apa yang dilakukan perusahaan. Menurut Ardianto dan Machfudz (2011, h.2) di era ini bukan publik lagi yang membutuhkan perusahaan/organisasi, tapi perusahaan/organisasi yang membutuhkan publik. Dapat dikatakan seperti itu, karena perusahaan membutuhkan publik dalam hal penerimaan positif untuk dapat mengembangkan dan melanjutkan bisnisnya. Hal tersebut membuktikan bahwa, penerimaan

publik terhadap perusahaan bukan hanya dibentuk ketika perusahaan pertama kali membangun bisnisnya, namun juga dibangun terus-menerus selama perusahaan tersebut beroperasi. Dengan kontribusi yang baik yang dapat ditunjukkan oleh perusahaan terhadap publiknya, maka semakin mampu perusahaan bertahan mengembangkan bisnisnya, karena adanya dukungan-dukungan dari masyarakat.

Dalam perkembangannya pun, perusahaan bisnis tidak hanya berbicara mengenai keuntungan dan produksi semata, karena kebanyakan hal tersebut justru menimbulkan dampak negatif bagi lingkungan dan masyarakat yang terkena dampak operasi. Hal ini menuntut perusahaan harus melakukan kegiatan sosial, agar mampu mempertahankan citra positif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Dalam hal ini, perusahaan dapat menunjukkan perannya dalam mengembangkan masyarakat melalui kegiatan sosial, yaitu lewat *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau biasa disebut *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas (Untung, 2014 : h. 3). Khususnya di Indonesia, hal ini juga diatur dalam Undang-Undang No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Kedua Undang-Undang ini menuliskan bahwa untuk melaksanakan suatu

perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*), perusahaan harus peduli terhadap kepentingan sosial dan lingkungan di perusahaan yang melaksanakan tugas maupun pelaksanaan perusahaan tersebut dalam bidang sumber daya alam. Tujuan umumnya adalah membuat lingkungan lebih baik dan masyarakat yang sejahtera. Oleh karena itu, tanggung jawab perusahaan selain untuk perusahaan itu sendiri juga harus memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan.

Pengertian lain mengenai tanggung jawab sosial, yaitu berkaitan dengan tanggung jawab etis perusahaan terhadap dampak negatif lingkungan dan masyarakat (Nor Hadi, 2011, h.22). Implementasi CSR terhadap lingkungan dan sosial juga diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 ayat 1 :

*“Ketentuan ini bertujuan untuk tetap menciptakan hubungan Perseroan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat. Yang dimaksud dengan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam” adalah Perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam. Yang dimaksud dengan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam” adalah Perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam.”*

Pada 2010 lalu, juga telah ditetapkan ISO 26000 sebagai rumusan definisi dan pedoman CSR yang akan menjadi standar internasional. Berdasarkan pedoman ini, CSR tidak sesederhana sebagaimana dipahami dan dipraktikkan oleh kebanyakan perusahaan. CSR mencakup enam komponen utama, yaitu *the environment, community involvement and*

*development, human rights, labor practices, fair operating practice, dan consumer issues* (Suharto, 2010, h.10-11).

CSR penting dilakukan oleh perusahaan sebagai salah satu bukti adanya kontribusi positif yang dilakukan oleh perusahaan, dan juga sebagai bentuk kepedulian perusahaan. Dengan kontribusi positif ini, maka perusahaan mampu membina hubungan baik dengan masyarakat yang berujung pada penerimaan publik secara jangka panjang terhadap perusahaan. Hubungan jangka panjang perlu dibina demi kelancaran perusahaan dalam membangun dan mengembangkan bisnisnya. CSR juga dilakukan untuk menghindari gesekan-gesekan yang terjadi selama perusahaan beroperasi. Gesekan-gesekan tersebut terkait tuntutan-tuntutan masyarakat yang kadang banyak merugikan perusahaan. Dalam hal ini, peran CSR adalah untuk menyelaraskan dan menyeimbangkan dampak-dampak yang ditimbulkan dari keberadaan sebuah perusahaan.

CSR diterapkan kepada perusahaan-perusahaan yang beroperasi dalam konteks ekonomi global, nasional maupun lokal. Komitmen dan aktivitas CSR pada intinya merujuk pada aspek-aspek perilaku perusahaan, termasuk kebijakan dan program perusahaan yang menyangkut dua elemen kunci, antara lain, *pertama Good corporate governance*, yang terdiri dari manajemen sumber daya manusia, jaminan sosial bagi pegawai, serta kesehatan dan kelesamatan kerja, *kedua Good corporate responsibility*, yaitu pelestarian lingkungan, pengembangan masyarakat, perlindungan hak asasi manusia, perlindungan konsumen,

relasi dengan pemasok, dan penghormatan terhadap hak-hak pemangku kepentingan lainnya (Suharto, 2010, h.3-4).

PT. Perusahaan Perkebunan London Sumatera Tbk / PT. PP LONSUM Tbk (selanjutnya disebut Lonsum) merupakan sebuah perusahaan perkebunan terkemuka di Indonesia yang memiliki hampir 100.000 hektar kelapa sawit, karet, teh dan kakao ditanam dan tersebar di empat pulau terbesar di Indonesia. Sebagai perusahaan yang fokus pada perdagangan dan jasa manajemen perkebunan, Lonsum banyak membuka lahan di berbagai daerah, salah satunya yaitu di daerah pedalaman Sumatera Selatan. Dalam hal tersebut, Lonsum menyadari akan tanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat yang terkena dampak operasinya. Selalu menganggap pentingnya untuk mengintegrasikan masyarakat dan prioritas lingkungan dalam sehari-hari operasi bisnis Perseroan. Hal ini didasarkan pada keyakinan bahwa keberlanjutan jangka panjang perusahaan tergantung pada penciptaan hubungan yang harmonis dengan semua pemangku kepentingan (Sumber : <http://www.londonsumatra.com/>).

Lonsum menilai bahwa membina hubungan jangka panjang serta mendapatkan sikap positif yang pada akhirnya berujung pada penerimaan publik dapat dilakukan lewat kegiatan CSR. Kegiatan CSR di Lonsum sendiri dikembangkan berdasarkan prinsip *Tripple-Bottom-Line* yaitu berfokus pada keseimbangan kinerja keuangan (*profit*), masyarakat (*people*), dan lingkungan (*planet*). Program-program ini mencakup empat

bidang utama yaitu: pengelolaan lingkungan hidup; tenaga kerja, praktik keselamatan dan kesehatan kerja; pembangunan sosial dan pembangunan dan komunitas sosial masyarakat; dan tanggung jawab produk. Program ini konsisten dilakukan disetiap daerah tempat Lonsum beroperasi. Prinsip ini sesuai dengan prinsip tujuan CSR secara umum, dan masing-masing terintegrasi demi tujuan pembangunan berkelanjutan atau *sustainable development*.

Seperti halnya komitmen perusahaan secara umum dalam melakukan kegiatan CSR, hal ini juga sepakat dilakukan diberbagai daerah tempat Lonsum beroperasi. Salah satunya adalah perkebunan Kelapa Sawit daerah Sumatera Selatan. Kegiatan CSR dilakukan sebagai bentuk kepedulian dan partisipasi perusahaan terhadap masyarakat sekitar sebagaimana salah satu tujuan perusahaan dapat mensejahterahkan dan bermanfaat bagi kehidupan sosial masyarakat. Beberapa bidang program yang menjadi fokus perusahaan untuk dilakukan kegiatan CSR antara lain : (1) Sektor pendidikan, sektor pendidikan menjadi perhatian perusahaan karena perusahaan menganggap pendidikan sangat penting dan merupakan modal utama peranan dalam kemajuan dan perkembangan bangsa; (2) Pada bidang keagamaan PT. PP. London Sumatra Indonesia, Tbk turut berpartisipasi sebagai wujud kepedulian hidup beragama dengan memberikan donasi ke desa sekitar pada perayaan hari besar agama dan juga memberikan bantuan perbaikan – perbaikan tempat beribadah umat Islam khususnya; (3) Kesehatan, yaitu bentuk kepedulian dan solidaritas

kemanusiaan Lonsum terhadap masyarakat, dan pada tahun 2014-2015 bersama IndoAgri dan TNI AD sukses menyelenggarakan program operasi katarak gratis untuk masyarakat sekitar, (4) Infrastruktur, yaitu perusahaan dalam hal ini sangat besar pengaruh bentuk kepedulian terhadap perkembangan pembangunan dan perbaikan serta perawatan di bidang infrastruktur. Infrastruktur terutama akses jalan, ini sangat berpengaruh sekali terhadap kelancaran transportasi darat dan dapat menunjang pertumbuhan perekonomian masyarakat, dan masih banyak bantuan lainnya terkait pemberdayaan, dan donasi-donasi kepada masyarakat.

Di antara program-program tersebut, salah satu program unggulan dan juga serentak diadakan di seluruh cabang Lonsum di Indonesia adalah Program Rumah Pintar (selanjutnya disebut “Rumpin”), yang fokus pada sektor pendidikan. Perusahaan telah memogramkan dan memberikan bantuan di bidang pendidikan dalam rangka memberikan motivasi dan edukasi masyarakat. Mengingat daerah tempat Lonsum beroperasi secara garis besar merupakan daerah yang cukup terbelakang, sehingga penting bagi perusahaan untuk mengembangkan pendidikan yang ada di sekitar kebun perusahaan.

Perusahaan menganggap bahwa dengan kegiatan sosial lewat program CSR yang dilakukan oleh perusahaan mampu untuk mendapatkan penerimaan publik. Oleh karena itu, perusahaan terus mengupayakan program-program CSR yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar, sebagai bentuk tanggung jawab etis perusahaan. Penelitian ini diharapkan mampu

menguraikan mengenai program CSR yang dilakukan oleh perusahaan, khususnya pada program unggulan CSR di bidang pendidikan, yaitu program “Rumah Pintar Lonsum”. Dengan penelitian ini, perusahaan dapat terus mengembangkan program CSR yang ada, serta publik semakin memahami pentingnya kegiatan CSR. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai implementasi program CSR PT. PP London Sumatera Indonesia Tbk, wilayah Sumatera Selatan sebagai upaya perusahaan untuk mendapatkan penerimaan publik dengan melakukan studi kasus terhadap program “Rumah Pintar Lonsum” di wilayah Sumatera Selatan.

## **1.2. RUMUSAN MASALAH**

Seperti yang telah dideskripsikan pada latar belakang di atas, maka ditemukan masalah, yaitu, bagaimana implementasi program CSR PT. PP London Sumatera Indonesia Tbk, wilayah Sumatera Selatan sebagai upaya perusahaan untuk mendapatkan penerimaan publik melalui kegiatan Rumah Pintar ?

## **1.3. TUJUAN DAN SIGNIFIKANSI PENELITIAN**

### **1.3.1. TUJUAN PENELITIAN**

- Mengetahui implementasi program CSR PT. PP London Sumatera Indonesia Tbk, wilayah Sumatera Selatan sebagai upaya perusahaan untuk mendapatkan penerimaan publik melalui kegiatan Rumah Pintar

## **1.4. MANFAAT PENELITIAN**

### **1.4.1. MANFAAT AKADEMIS**

Melalui penelitian ini, penulis berharap akan mampu memberikan manfaat bagi studi komunikasi khususnya dalam dunia *Corporate Social Responsibility*, serta memperkaya akan konsep dan teori, serta referensi untuk penelitian selanjutnya, terkhusus untuk penelitian dengan tujuan yang sama.

### **1.4.2. MANFAAT PRAKTIS**

#### **1.4.2.1. Manfaat Bagi Perusahaan**

Dapat menjadi masukan bagi PT PP Lonsum Indonesia Tbk, khususnya di wilayah Sumatera Selatan dalam meningkatkan komunikasi eksternal melalui peran CSR, sehingga untuk selanjutnya, tercipta suatu komunikasi yang baik antara perusahaan dengan publik eksternalnya.

#### **1.4.2.2. Manfaat Bagi Pembaca**

Sebagai bahan referensi untuk sebuah penulisan atau karya penelitian CSR.