



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 dalam industri bisnis, perusahaan dituntut untuk melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, di mana pemerintahan Indonesia mengeluarkan Undang-Undang yang menetapkan bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk melakukan CSR. Tanggung jawab tersebut telah diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 74 butir 1 yang menyatakan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. (www.hukumonline.com, diakses tanggal 22 Maret 2018).

Dengan adanya peraturan yang dibuat oleh pemerintah mengenai Undang-Undang Perseroan Terbatas, belum semua perusahaan di Indonesia mematuhi peraturan yang sudah ditetapkan tersebut. Banyak perusahaan yang masih menerapkan pelaksanaan CSR sebagai mata pencaharian mereka untuk mendapatkan keuntungan (*profit*).

Namun, konsep *Triple Bottom Line* yang dikemukakan oleh John Elkington pada tahun 1997 melalui buku “*Canibal with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Bussiness*” memberikan pandangan bahwa jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan citra serta reputasi

perusahaan di mata publik, maka perusahaan harus memperhatikan konsep “3P”. Tak hanya mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Elkington, 1997 dikutip dalam Wibisono, 2007, h. 33).

Pada *Corporate Communication* suatu perusahaan memiliki sub-fungsi menurut Argenti (2013, h. 58-56), salah satunya adalah *Corporate Responsibility*. Argenti menambahkan, perusahaan juga harus memiliki kewajiban yang lebih besar untuk mendonasikan dana kepada *stakeholder* baik internal (karyawan), maupun *stakeholder* eksternal (konsumen, pemerintah, pemegang saham, masyarakat). Hal ini mendorong adanya seorang *Public Relations* yang merupakan fungsi manajemen untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang dapat memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi (Cutlip, Center, dan Broom, 2011, h. 6).

PT Tatalogam Lestari yang merupakan perusahaan bergerak di bidang industri genteng metal dan rangka atap baja ringan, dari tahun ke tahun melakukan ekspansi bisnisnya dengan menambah kapasitas produksi. Di mana selama tahun 2016 - 2017 lalu, produksi PT Tatalogam Lestari mencapai 55 juta lembar genteng metal dan 30 juta batang taso yang digunakan untuk 550.000 bangunan rumah tinggal, perumahan rakyat, bangunan sekolah, gedung pemerintah, dan lain-lain. Sedangkan, untuk tahun 2018, PT Tatalogam Lestari, tak pernah berhenti untuk terus-menerus

mengembangkan unit bisnisnya dengan menambah kapasitas produksi (Latief, 2017, para. 1).

Hal ini didukung oleh Stephanus Koeswandi, selaku *Vice President* PT Tatalogam Lestari, beliau mengatakan bahwa sekitar 60% dari total produksi PT Tatalogam Lestari diserap untuk memenuhi kebutuhan rumah masyarakat yang memang sesuai dengan daya beli mayoritas masyarakat Indonesia karena harganya yang ekonomis, namun tetap mempertahankan kualitas produk yang prima (“Total Produksi PT Tatalogam”, 2017, para. 7).

Dengan menambahnya kapasitas produksi perusahaan, tidak lain karena adanya kebutuhan konsumen yang perlu dipenuhi oleh perusahaan. Apabila, konsumen tidak ada, maka, operasional bisnis perusahaan pun juga tidak akan berkembang pesat. Dari adanya kebutuhan konsumen tersebut, di dalam perusahaan timbul dampak dari operasional bisnis perusahaan, baik pada dampak positif atau negatif. PT Tatalogam Lestari pada operasional bisnis perusahaannya memiliki dampak pada internal perusahaan mengenai pengendalian produk *discontinue/ slow-moving* akibat produksi yang berlebihan namun jika dilihat pada pangsa pasar, sudah tidak layak untuk digunakan. Serta produk rijk dan sisa produksi yang mengikupasi efektif perusahaan (tatalogam.com, diakses tanggal 8 Juni 2018).

PT Tatalogam Lestari memiliki komitmen dalam melakukan kegiatan CSR, yaitu melihat pada visi perusahaan, menyediakan solusi rumah berbasis metal untuk setiap individu. Di mana perusahaan berusaha untuk

mengembangkan produk-produk berbahan metal guna memenuhi kebutuhan bahan bangunan yang kuat, indah, dan tahan lama (tatalogam.com, diakses tanggal 8 Juni 2018).

Dari berbagai masalah yang ada di Indonesia, terdapat masalah yang mendasar, yaitu kebutuhan perumahan rakyat. Di mana khususnya di DKI Jakarta, sebagai Ibu Kota Indonesia, masalah rumah menjadi sangat krusial. Penduduk DKI Jakarta hingga kini tidak mempunyai bangunan, rumah, atau tempat tinggal milik sendiri. Seperti dikatakan oleh Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Suhariyanto, bahwa sebanyak 48,91% penduduk di DKI Jakarta tidak mempunyai rumah atau bangunan tempat tinggal milik sendiri (“Data Statistik Penduduk Indonesia”, 2017, para. 1).

Pembangunan perumahan dan pemukiman khususnya untuk Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) terus dilakukan guna memberikan pelayanan kepada masyarakat Jakarta secara optimal. Di mana ada tertulis di dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) DKI Jakarta (“Badan Perencanaan Pembangunan Daerah”, 2013, h. 120), bahwa pemenuhan kebutuhan rumah masih dihadapkan pada masalah penyediaan hunian yang layak dan terjangkau bagi seluruh lapisan masyarakat Jakarta. Sementara kebutuhan rumah terus meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dan keluarga baru. Perhitungan kekurangan kebutuhan rumah mencapai 700.000 rumah dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir atau sekitar 70.000 rumah setiap tahunnya.

Hal ini, mendorong pemerintahan Gubernur DKI Jakarta tahun 2017 lalu membuat program percontohan “Bedah Rumah” berbentuk CSR bagi masyarakat yang memiliki rumah tidak layak dan ingin mensejahterahkan rakyat miskin khususnya di wilayah Cilincing, Jakarta Utara. Seperti diungkapkan oleh wakil Gubernur DKI Jakarta 2017, Djarot Saiful Hidayat bahwa program bedah rumah ini digagas oleh Gubernur DKI, Basuki Tjahja Purnama (Ahok) untuk menciptakan dan merevitalisasi lingkungan yang kumuh dan yang menjadi *pilot project* adalah Cilincing, Jakarta Utara (Hanifah, 2017, para. 2).

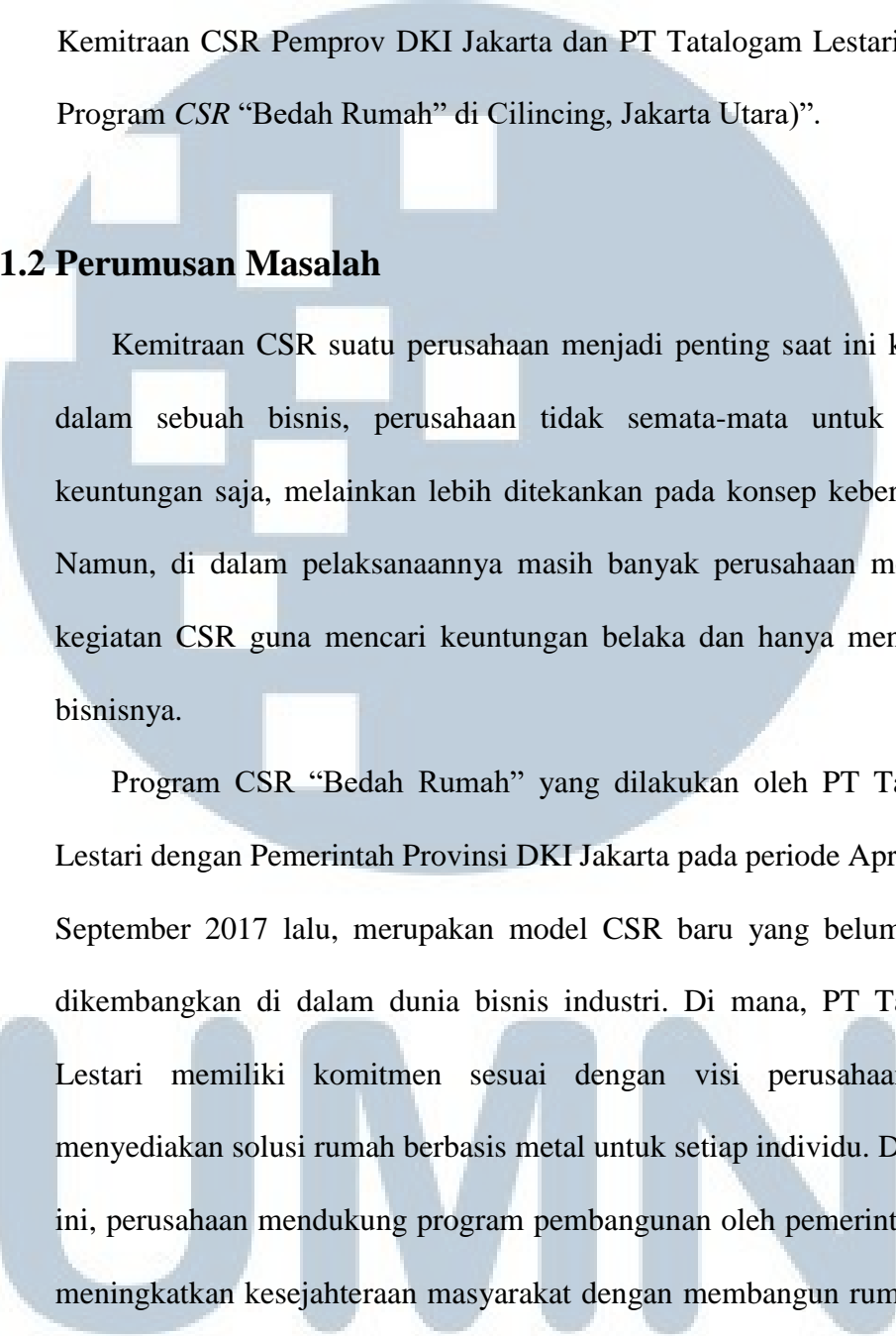
Namun, pada program ini tidak terdapat di dalam program pemerintah provinsi dan tidak menggunakan dana APBD, melainkan dana dari perusahaan swasta. Kepala Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman DKI Jakarta, Arifin mengatakan bahwa program bedah rumah ini tidak ada dalam program pemerintah provinsi dan tidak dianggarkan dalam APBD, sementara dipakai bantuan dari CSR (Agustin dan Faqih, 2017, para.1). Kemudian, di dalam program CSR “Bedah Rumah” ini terdapat perusahaan-perusahaan swasta, seperti PT Palm Mas Asri, PT Avia Avian, PT Semen Merah Putih, dan salah satunya adalah PT Tatalogam Lestari (Amin, 2017, para. 1).

Di Indonesia, praktik CSR belum menjadi perilaku umum, dikarenakan masih banyak perusahaan yang menganggap program CSR sebagai pusat biaya semata. Namun, di era informasi dan teknologi serta desakan globalisasi, tuntutan menjalankan CSR semakin besar (Yanto, 2011, para.

2). Pada program CSR “Bedah Rumah” di Cilincing, Jakarta Utara, peneliti melihat adanya suatu program yang belum banyak dilakukan khususnya di DKI Jakarta, yaitu program Kemitraan CSR antara pihak pemerintah dengan pihak perusahaan.

Di mana, PT Tatalogam Lestari mendukung adanya program pembangunan pemerintah khususnya dalam mensejahterahkan rakyat miskin dengan membangun rumah menjadi layak huni. Pada hal ini, peneliti belum melihat perusahaan-perusahaan swasta dalam melakukan program CSR melalui kemitraan. Kemitraan CSR antara perusahaan dengan *stakeholder* menjadi keharusan dalam lingkungan bisnis. Dengan demikian, bisnis akan mengutamakan hal-hal yang berkaitan dengan membangun kemitraan bersama perusahaan, pemerintah, dan masyarakat sipil. Hal ini didukung bahwa program kemitraan yang sukses dimulai dari komitmen yang kuat dari pimpinan perusahaan untuk mengubah paradigma konvensional ke paradigma baru (Yanto, 2011, para. 4-5).

Oleh karena itu, berdasarkan paparan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini karena peneliti melihat bahwa program Kemitraan CSR belum banyak dilakukan walau pun sudah mulai dikembangkan di kalangan dunia bisnis saat ini, terutama khususnya di DKI Jakarta. Dalam penelitian ini peneliti berharap dapat memberikan informasi dan gambaran mengenai implementasi Program Kemitraan CSR yang berjudul “Implementasi Kemitraan CSR Pemerintah dan Swasta (Studi Kasus

Kemitraan CSR Pemprov DKI Jakarta dan PT Tatalogam Lestari Melalui Program CSR “Bedah Rumah” di Cilincing, Jakarta Utara)”.


1.2 Perumusan Masalah

Kemitraan CSR suatu perusahaan menjadi penting saat ini karena di dalam sebuah bisnis, perusahaan tidak semata-mata untuk mencari keuntungan saja, melainkan lebih ditekankan pada konsep keberlanjutan. Namun, di dalam pelaksanaannya masih banyak perusahaan melakukan kegiatan CSR guna mencari keuntungan belaka dan hanya menjalankan bisnisnya.

Program CSR “Bedah Rumah” yang dilakukan oleh PT Tatalogam Lestari dengan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta pada periode April 2017 – September 2017 lalu, merupakan model CSR baru yang belum banyak dikembangkan di dalam dunia bisnis industri. Di mana, PT Tatalogam Lestari memiliki komitmen sesuai dengan visi perusahaan, yaitu menyediakan solusi rumah berbasis metal untuk setiap individu. Dalam hal ini, perusahaan mendukung program pembangunan oleh pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan membangun rumah layak huni.

Melihat kasus ini, peneliti memandang perlu untuk menelusuri lebih jauh terkait dengan kemitraan CSR yang dilakukan oleh PT Tatalogam Lestari dengan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta guna untuk mendalami

bagaimana implementasi Program Kemitraan CSR “Bedah Rumah” di Cilincing, Jakarta Utara.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dari uraian di atas, adapun pertanyaan mengenai penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- a) Bagaimana perencanaan program Kemitraan CSR “Bedah Rumah” oleh Pemprov DKI Jakarta dan PT Tatalogam Lestari?
- b) Bagaimana pelaksanaan program Kemitraan CSR “Bedah Rumah” oleh Pemprov DKI Jakarta dan PT Tatalogam Lestari?
- c) Bagaimana evaluasi program Kemitraan CSR “Bedah Rumah” oleh Pemprov DKI Jakarta dan PT Tatalogam Lestari?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Implementasi Kemitraan CSR Pemerintah dan Swasta (Studi Kasus Kemitraan CSR Pemprov DKI Jakarta dan PT Tatalogam Lestari melalui program CSR “Bedah Rumah” di Cilincing, Jakarta Utara)”.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran, kontribusi mengenai teori atau konsep *Corporate Social*

Responsibility (CSR) sebagai salah satu kegiatan dari *Public Relations* yang digunakan dalam implementasi suatu program Kemitraan CSR.

Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya di bidang Kemitraan CSR, demi terwujudnya implementasi teori yang lebih baik pada tataran praktis.

Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat khususnya bagi Universitas Multimedia Nusantara dalam melengkapi dan memperluas pengetahuan mengenai Kemitraan CSR di dalam suatu perusahaan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi secara umum bagi instansi atau perusahaan yang akan melakukan kegiatan Kemitraan CSR dengan melihat indikator-indikator implementasi CSR yang baik dan benar, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.

Selain itu, diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan acuan kepada praktisi *Public Relations* khususnya kepada pihak PT Tatalogam Lestari pada pelaksanaan program CSR ini, dalam memahami implementasi CSR yang dilakukan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Sehingga untuk program

CSR kedepannya, baik bekerjasama dengan instansi mana pun dapat terealisasi dengan lebih baik.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini sangat berdampak kepada masyarakat, khususnya warga Cilincing, Jakarta Utara yang menerima bantuan dari program Kemitraan CSR “Bedah Rumah” oleh Pemprov DKI Jakarta dan PT Tatalogam Lestari. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat berdampak bagi lembaga, organisasi, komunitas, ataupun perorangan yang ingin membuat suatu program CSR bedah rumah agar tidak mengalami kasus yang sama dengan PT Tatalogam Lestari.

1.6 Batasan Penelitian

Agar tidak terjadi perluasan atas permasalahan yang tidak sesuai dengan tujuan penelitian ini, maka peneliti memfokuskan penelitian dengan mengarah kepada konsep implementasi terhadap program CSR “Bedah Rumah” yang dilakukan oleh PT Tatalogam Lestari yang merupakan model baru dari kegiatan CSR, yaitu Kemitraan CSR yang bermitra dengan instansi pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Batasan pada penelitian ini dilihat dari konsep Implementasi Program Kemitraan CSR oleh Nor Hadi dan Rahmatullah.