



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 Masalah

Di era globalisasi ini, ketatnya persaingan bisnis dan ekonomi membuat suatu perusahaan sulit untuk mempertahankan eksistensinya. Oleh karena itu penting bagi perusahaan untuk selalu berkomunikasi dan membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan *stakeholder*-nya, dengan tujuan agar perusahaan bisa memperoleh dukungan dari seluruh *stakeholder*-nya, baik yang internal maupun external. Ini dikarenakan *stakeholder* sangatlah penting bagi perkembangan bisnis perusahaan. Untuk itulah penting bagi suatu perusahaan untuk dapat memperhatikan kebutuhan *stakeholder*-nya

Selain itu penting juga bagi perusahaan untuk selalu menjaga citra dan reputasi yang dimilikinya, karena dukungan stakeholder tidak akan ada tanpa adanya kepercayaan akan reputasi perusahaan yang telah dikenal baik. Citra merupakan gambaran identitas serta kesan terhadap performa perusahaan yang terbentuk dari apa yang dilihat oleh publik perusahaan, sedangkan reputasi dibentuk melalui kumpulan persepsi atau citra publik yang terbentuk dalam waktu tertentu.

Oleh karena itu membangun komunikasi dan hubungan yang baik dengan seluruh stakeholder perusahaan perlu dilaksanakan demi terciptanya reputasi positif yang bisa mempertahankan eksistensi perusahaan, baik itu dengan media massa, *customer*, karyawan, pemerintah, komunitas sekitar ataupun masyarakat.

Masyarakat merupakan salah satu *stakeholder* yang keberadaannya sangat menentukan keberlangsungan perusahaan atau organisasi, khususnya masyarakat yang berada di sekitar daerah operasional. Perlu adanya hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan masyarakat serta reputasi yang baik untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat sekitar. Dukungan masyarakat sangat penting agar kegiatan bisnis perusahaan dapat terus berjalan tanpa adanya hambatan.

Saat ini masyarakat sudah semakin pintar, mereka tidak lagi hanya melihat perusahaan berdasarkan manfaat yang diberikan dari produk atau jasa yang dihasilkannya, melainkan juga melihat pada bagaimana peran dan performa perusahaan di tengah-tengah masyarakat. Apakah performa perusahaan mendatangkan hal-hal negatif bagi masyarakat seperti, perusakan lingkungan, penindasan terhadap tenaga kerja, eksploitasi sumber daya alam sekitar, pengusuran tanah secara ilegal, dll

Oleh karena itu, untuk bisa mendapatkan dukungan dari masyarakat perusahaan tidak lagi hanya bisa berorientasi pada profit

semata, namun perusahaan juga perlu memiliki tanggung jawab sosial. Perusahaan diharapkan dapat memberikan sumbangan kepada masyarakat dalam peningkatan kualitas kehidupan dan kesejahteraan masyarakat. Hal ini dikarenakan pada dasarnya Industri dan perusahaan berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan tetap mempertimbangkan pula faktor lingkungan hidup masyarakat .

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang juga dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu wujud kepedulian dan kontribusi perusahaan terhadap perbaikan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat. Dalam pelaksanaan CSR perusahaan harus bisa menyeimbangkan perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. Hal ini juga dikenal dengan konsep *triple bottom line* (*people, profit, planet*). CSR juga sebenarnya bisa menjadi alat bagi perusahaan untuk memperoleh dukungan publik dan reputasi yang positif di mata seluruh *stakeholder*-nya.

Saat ini di Indonesia program CSR telah diatur dalam beberapa regulasi pemerintah yang sifatnya mengikat agar perusahaan memiliki kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial. Terdapat proses panjang berkaitan dengan sejarah munculnya peraturan terkait CSR atau program yang pada mulanya identik dengan istilah *Community Development* (CD). Ini jugalah yang membuat perusahaan-perusahaan di Indonesia mulai *concerns* pada pelaksanaan kegiatan CSR, apalagi bagi perusahaan-perusahaan bergerak pada industri tertentu, kegiatan CSR

sudah menjadi kewajiban yang harus dilakukan di dalam kegiatan bisnis perusahaan.

Terdapat tujuh regulasi yang dikeluarkan pemerintah berkaitan dengan program CSR, antara lain : Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007, Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan, Keputusan Menteri BUMN Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL), Undang-Undang Penanaman Modal Nomor 25 Tahun 2007, Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi Nomor 22 Tahun 2001, Undang-undang Nomor 13 Tahun 2011 Tentang Penanganan Fakir Miskin, dan peraturan Menteri Sosial RI Nomor 13 Tahun 2012 tentang Forum tanggung jawab dunia usaha dalam penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial (<http://www.rahmatullah.net/2013/05/regulasi-csr-di-indonesia.html>, diakses pada tanggal 28/2/2015, pukul 8.40)

Secara konsep, menurut Untung *corporate social responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. (Untung, 2008, h. 1)

Sedangkan menurut Coombs dan Holladay *CSR is the voluntary actions that a corporation implements as it pursues its mission and fulfills*

its perceived obligations to stakeholder, including employees, communities, the environment, and society as a whole (Coombs dan Holladay, 2012, h. 8)

Pengadaan program CSR memang sudah menjadi kewajiban bagi suatu perusahaan. Namun begitu dalam pelaksanaan program CSR sebaiknya perusahaan tidak hanya menganggap sebagai kegiatan sosial semata yang dijalankan karena adanya regulasi dari pemerintah. Perusahaan sebaiknya menjadikan CSR sebagai strategi bisnis berkelanjutan yang dijalankan sesuai dengan visi dan misi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlangsungan bisnis perusahaan (*sustainability*).

Hal ini juga sejalan dengan Coombs dan Holladay yang mengatakan *if corporation is required by law to perform an action, it does not qualify as a CSR action. Corporations must choose to exceed the minimum legal expectations. (Coombs dan Holladay, 2012, h. 8)*. Mereka juga mengatakan *CSR actions must be consistent-or at least not inconsistent with an organization's mission. The mission is what the organization does to provide product and services that meet other's needs. (Coombs dan Holladay, 2012, h. 8)*.

Program CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), sehingga CSR berbeda dengan kegiatan *charity* atau sumbangan sosial.

CSR harus dijalankan di atas dengan memerhatikan kebutuhan dan keberlanjutan program dalam jangka panjang. Sementara sumbangan sosial lebih bersifat sesaat dan berdampak sementara. Aktivitas CSR diharapkan mampu membantu menciptakan keseimbangan antara perusahaan, masyarakat dan lingkungan.

Banyak berbagai program CSR yang telah dilaksanakan di Indonesia baik dalam bidang kesehatan, lingkungan hidup, maupun pendidikan. Menurut Achmad Daniri dalam Kangihade, program yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial di Indonesia dapat digolongkan dalam dua bentuk, yaitu: (Kangihade, 2013, h. 30)

1. *Public Relations*, yakni usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.
2. *Strategic Definisif*, yakni usaha yang dilakukan perusahaan guna menangkis anggapan negatif komunitas yang sudah tertanam terhadap kegiatan perusahaan, dan biasanya untuk melawan serangan negatif dari anggapan komunitas.

Kualitas pendidikan di Indonesia bisa dibilang masih rendah. Hal ini dapat terlihat dari data United Nations Development Program (UNDP) 2011, Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Indonesia berada di urutan 124 dari 187 negara yang disurvei dengan indeks 0,67 persen. Sedangkan

Singapura dan Malaysia mempunyai indeks yang jauh lebih tinggi yaitu 0,83 persen dan 0,86 persen. Sementara itu, laporan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan mengatakan bahwa setiap menit ada empat anak yang putus sekolah. Data pendidikan tahun 2010 juga menyebutkan 1,3 juta anak usia 7-15 tahun terancam untuk putus sekolah (<http://indonesiaberkibar.org/id/fakta-pendidikan>, diakses pada tanggal 28/2/2015, pukul 9.45

Banyak faktor yang menyebabkan anak-anak di Indonesia putus sekolah, namun faktor yang paling umum jumpai adalah tingginya biaya pendidikan dan tingginya angka kemiskinan di Indonesia, membuat banyak siswa yang tidak dapat melanjutkan pendidikan dasar. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), indeks kedalaman kemiskinan naik dari 1,75% (Maret 2013) menjadi 1,89% pada tahun 2014. Kemudian indeks keparahan kemiskinan naik dari 0,43% menjadi 0,48%.

(<http://finance.detik.com/read/2014/01/02/152910/2456793/4/bps-akui-kemiskinan-di-indonesia-semakin-dalam-dan-parah>, diakses pada tanggal 28/2/2015, pukul 10.15

Melihat permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat, Sekolah Athalia sebagai salah satu institusi pendidikan yang telah berdiri selama kurang lebih 20 tahun ingin berkontribusi untuk memperbaiki kualitas pendidikan serta mengurangi besarnya angka putus sekolah di Indonesia,

melalui aktivitas *Corporate Social Responsibility*, yaitu sekolah gratis PINUS

Athalia merupakan sekolah swasta yang berada di bawah yayasan Athalia Kaling. Sekolah Athalia merupakan sebuah sekolah yang didirikan oleh Charlotte K. Priatna pada tahun 1995. Pertama kalinya didirikan dalam bentuk kelompok bermain, dan kemudian berkembang ke jenjang SD pada tahun 2001, setelah itu juga berkelanjutan ke jenjang SMP pada angkatan 2007-2008, dan jenjang SMA pada angkatan 2010-2011. Diawali dari hanya sebuah rumah kecil, saat ini sekolah Athalia sudah memiliki 3 gedung sekolah yang terdiri dari TK dan SD, SMP, serta SMA, berlokasi di Komplek Regensi Melati Mas Blok D1 dan B14, Serpong Utara, Tangerang Selatan dengan jumlah murid hingga mencapai \pm 2000 murid

Sesuai dengan salah satu nilai yang dianut Sekolah Athalia dalam menjalankan kegiatannya, yaitu Sekolah Athalia memiliki semangat berbagi, memberi dan ingin berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat sekitar, khususnya dalam bidang pendidikan. Salah satunya adalah dengan pembangunan sekolah gratis PINUS bagi masyarakat kampung sekitar

Melalui sekolah gratis PINUS, Sekolah Athalia ingin berbagi kesempatan pada anak-anak yang kurang mampu secara *financial* untuk bisa merasakan pendidikan dasar, yang pada dasarnya merupakan hak dari setiap anak di Indonesia.

Bertempat di daerah kampung Jelupang Sekolah Pinus telah berdiri sejak tahun 2012 dan hingga saat ini telah membuka tiga kelas sekolah dasar dan dua kelas PAUD (Pendidikan Anak Usaha Dini). Banyaknya anak-anak di kampung sekitar yang tidak bisa mengenyam pendidikan, menggerakkan simpati Sekolah Athalia untuk bisa berkontribusi dalam memberdayakan masyarakat kampung sekitar dalam bidang pendidikan pendidikan.

Jika melihat pada peraturan yang ada, di Indonesia sendiri memang tidak ada peraturan yang secara jelas mengharuskan sebuah institusi pendidikan formal seperti sekolah untuk melakukan aktivitas *corporate social responsibility*. Peraturan yang ada lebih difokuskan pada perusahaan sebagai badan hukum yang berorientasi profit, untuk melakukan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) serta berperan dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Hal ini dikarenakan kebanyakan sekolah dibuat oleh yayasan yang merupakan badan hukum nirlaba (*non profit*), sehingga berdasarkan peraturan yang ada sebuah sekolah tidak memiliki kewajiban untuk melaksanakan aktivitas CSR, meskipun pada hakikatnya sekolah tetaplah merupakan badan usaha yang dibuat yayasan pendidikan untuk mendapatkan profit demi keberlangsungan dan pencapaian tujuan yayasan. Hal ini sesuai dengan UU No. 28 Tahun 2004, dimana suatu

“yayasan dapat melakukan kegiatan usaha untuk menunjang pencapaian maksud dan tujuannya dengan cara mendirikan badan usaha dan/atau ikut serta dalam suatu badan usaha”

Namun begitu, Athalia sebagai sebuah sekolah tetaplah merasa bertanggung jawab untuk membantu masyarakat pra sejahtera yang berada di sekitar daerah operasionalnya dalam penyediaan pendidikan yang berkualitas dan mau menyisihkan keuntungan yang didapatkan untuk membangun sekolah gratis bagi mereka. Apalagi saat ini banyak sekolah-sekolah di Indonesia yang cenderung bersifat komersil. Biaya sekolah yang cenderung mahal dan tidak bisa dijangkau oleh masyarakat menengah kebawah, membuat sekolah saat ini cenderung diperuntukan hanya untuk masyarakat menengah keatas. Melihat hal inilah peneliti merasa tertarik untuk mengetahui program CSR yang dilaksanakan oleh Sekolah Athalia.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana implentasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Athalia, yaitu program “Sekolah gratis PINUS”?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Athalia, yaitu program “Sekolah Gratis PINUS”.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan, kontribusi dan rangsangan ilmu pengetahuan dalam pengembangan teori komunikasi, khususnya dalam bidang studi *Public relations* yang berkaitan dalam implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat memberi masukan dan bahan acuan kepada praktisi *public relations* khususnya yang berkaitan dengan program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh institusi pendidikan formal. Khusus untuk pihak Sekolah Athalia, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dari implementasi aktivitas CSR yang telah dilakukan

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dari penelitian ini berada di Sekolah PINUS, Kampung Pondok Jagung RT 12 RW 08, Kelurahan Pondok Jagung Barat, Kecamatan Serpong Utara Kotamadya Tangerang Selatan

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan selama 4 bulan, yaitu pada bulan Desember 2014 sampai dengan April 2015. Alasan peneliti melaksanakan penelitian ini selama 4 bulan dikarenakan penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif, sehingga peneliti membutuhkan waktu yang relatif lebih lama untuk bisa memahami dan menggali lebih dalam topik dari penelitian ini

UMMN