



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 Masalah

Corporate Social Responsibility (CSR) , merupakan suatu wacana yang sedang mengemuka di dunia bisnis atau perusahaan. Wacana CSR tersebut digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran dalam menghadapi situasi ekonomi pasar bebas. Perkembangan bisnis dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan salah satu nilai yang membawa perubahan mendasar yaitu konsep *corporate social responsibility (CSR)*, atau tanggung jawab sosial. Tanggung jawab yang dimaksud adalah perusahaan meluaskan perannya lebih dari sekedar menggunakan sumber-sumber dayanya dan terlibat dalam aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan keuntungan sesuai dengan aturan yang berlaku. Perusahaan harus berperilaku mengarah pada etika serta berkontribusi terhadap kehidupan yang layak bagi masyarakat, sehingga diharapkan perusahaan dapat meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif dari kehadiran CSR.

Saat ini banyak perusahaan menyadari perlu adanya kegiatan yang tidak hanya memfokuskan pada *profit* sebagai tujuan utama namun, perusahaan lebih memfokuskan pada kegiatan korporasi yang memberi manfaat bagi masyarakat atau lingkungan sekitar sehingga dapat terjalin

hubungan baik antara publik eksternal dan internal. Hal ini didukung dengan pernyataan Koren (2013:42) yang menyatakan bahwa nilai-nilai perusahaan tidak lagi berpusat pada uang , tetapi pada kehidupan, kepentingan yang menjadi motif bukan kepada laba maksimum melainkan untuk mendapatkan dan memenuhi kehidupan. Selain itu adanya pandangan bahwa lingkungan sosial merupakan bagian penting dalam perkembangan kegiatan bisnis bagi perusahaan, munculnya kesadaran bahwa kegiatan produksi suatu perusahaan secara tidak langsung telah menimbulkan dampak negatif bagi lingkungan sosial di sekitar tempat kegiatan produksi perusahaan, membuat beberapa perusahaan merasa penting untuk melakukan kegiatan yang bersifat sosial. Kegiatan atau aktivitas yang bersifat sosial ini akhirnya dijadikan sebagai kegiatan yang dapat dikatakan wajib bagi perusahaan-perusahaan yang banyak memberikan dampak negatif bagi lingkungannya.

CSR forum mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai bisnis yang dilakukan secara terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat terhadap karyawan ,komunitas dan lingkungan (Wibisono, 2007:8). hal tersebut selaras dengan konsep pemikiran dari John Elkington yang dituangkan kedalam buku "*Cannibals with Forks : The Triple Bottom Line in 21st Century Business 1998.*" Menurut konsep tersebut CSR dikemas kedalam tiga komponen prinsip yakni : *Profit, Planet, dan People* (Untung , 2014 :23). Dengan adanya konsep ini, memberikan pemahaman bahwa suatu perusahaan dikatakan baik apabila perusahaan tersebut tidak hanya memburu keuntungan belaka (*profit*) ,

melainkan juga memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*) (Rahmatullah,2011:32).

Pada dasarnya, CSR merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap para pemangku kepentingan (*stakeholders*), dan juga tanggung jawab perusahaan terhadap para pemegang saham (*shareholders*). Sebenarnya hingga pada saat ini pengertian CSR masih beraneka ragam dan memiliki perbedaan definisi antara satu dengan yang lainnya. Secara global CSR adalah suatu komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab kepada konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. CSR berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*), dimana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya dan membuat keputusan tidak semata berdasarkan faktor keuangan, misalnya keuntungan melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang. Praktik CSR merupakan pelaksanaan tanggung jawab sosial yang secara legal dikukuhkan dalam perundang-undangan Indonesia sehingga dalam pelaksanaannya berada dalam jalur peraturan dan hukum Indonesia. Beberapa Undang-Undang yang mengatur mengenai CSR antara lain : Undang-Undang RI No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN , Keputusan Menteri BUMN Kep-236/MBU/2003, Surat Edaran Menteri BUMN No. SE-43/MBU/2003, serta Undang-Undang RI No. 25 tahun 2007 tentang penanaman modal. Secara khusus dalam Pasal 15, 17 dan 34,

Undang-Undang RI No. 25 Tahun 2007 , mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan melestarikan lingkungan. Bahkan pada Pasal 34 bagi perusahaan yang tidak memenuhi kewajiban tersebut akan diberikan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha atau fasilitas penanaman modal atau pencabutan kegiatan usaha.

Selanjutnya Undang-Undang RI No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, menegaskan untuk melaksanakan kewajiban perseroan tersebut. Kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang dilaksanakan dengan memerhatikan kepatuhan dan kewajaran. Bukan hanya itu saja namun, kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan harus dimuat dalam laporan tahunan yang dilakukan oleh perseroan. Bagi perseroan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan , maka perseroan yang bersangkutan dikenai sanksi. Selanjutnya, Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, dimana tanggung jawab perusahaan adalah melanjutkan komitmen sebagai bisnis untuk bersikap secara *ethic*, bermoral dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi serta meningkatkan kualitas kehidupan dari tenaga kerja dan keluarganya maupun komunitas lokal dan masyarakat. Perusahaan juga harus mengintegrasikan antara kegiatan sosial dan masalah lingkungan yang berhubungan dengan operasi bisnis (Untung, 2014:10).

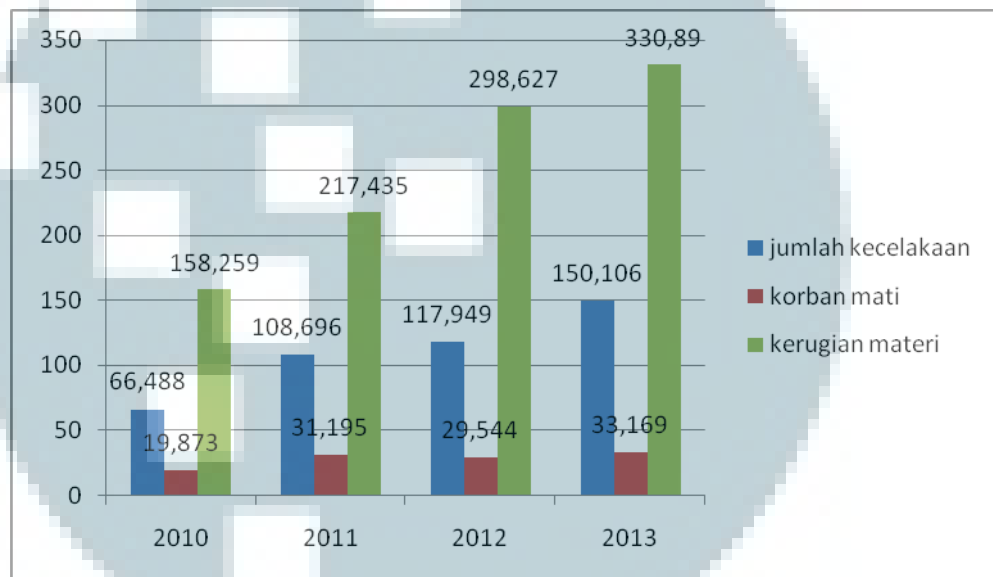
Bagi perusahaan berstatus BUMN (Badan Usaha Milik Negara), CSR bukanlah suatu hal baru. Sebelum ketentuan atau regulasi CSR diatur dalam UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT), UU NO. 19 tahun 2003 tentang BUMN terlebih dahulu dibentuk. Dalam hal ini menjelaskan mengenai kewajiban BUMN untuk melaksanakan CSR. Hal ini dapat dilihat dari tujuan dibentuknya BUMN yang di mana salah satunya memfokuskan agar organisasi atau perusahaan ikut turut aktif dalam memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan lemah, koperasi dan masyarakat.

Adapun peraturan lebih lanjut yang menjadi pedoman perusahaan-perusahaan BUMN yaitu Peraturan Menteri BUMN No. Per-05/MBU/2007 yang mengatur mengenai Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). PKBL dalam BUMN merupakan suatu kesatuan yang wajib dilaksanakan namun, berbeda dengan kegiatan CSR, PKBL lebih memfokuskan pada *community development*. Pada intinya setiap perusahaan atau organisasi memiliki harapan agar kegiatan usaha mereka dapat terus berkembang dengan baik serta mendapat respon yang positif dari masyarakat dan lingkungan sekitar. Termasuk perusahaan yang bergerak dalam bidang penyelenggara jasa jalan tol di Indonesia. Beberapa perusahaan yang bergerak dalam industri jalan tol telah melakukan CSR yaitu Citra Marga Nusaphala Persada, PT Bumi Serpong Damai Tbk, dan PT Jasa Marga (PERSERO) Tbk. Citra Marga Nusaphala Persada (CMNP) sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa jalan tol pernah

melakukan CSR di mulai pada tahun 2008 , yaitu dalam bidang lingkungan, sosial, pendidikan, kesehatan serta keagamaan. PT Bumi Serpong Damai Tbk melakukan CSR dalam bidang ekonomi, bidang sosial dan budaya serta bidang lingkungan.

PT Jasa Marga (PERSERO) Tbk juga melakukan CSR dalam bidang ekonomi, keagamaan, pendidikan , sosial dan kesehatan. Namun ada perbedaan yang menarik dari setiap kegiatan CSR yang dilakukan oleh ketiga perusahaan tersebut. Khususnya pada CSR PT Jasa Marga (PERSERO) Tbk yang memfokuskan pada bidang pendidikan yang berkaitan dengan keselamatan , membuat sebuah program CSR “*Highway Safety Driving*”. Program ini tidak pernah dilakukan sebelumnya oleh Citra Marga Nusaphala Persada dan PT Bumi Serpong Damai Tbk. Hal ini menjadi alasan utama bagi peneliti untuk memilih PT Jasa Marga (PERSERO) Tbk.. PT Jasa Marga (PERSERO) Tbk menyadari bahwa program *Highway Safety Driving* menjadi suatu hal yang *concern* mengingat meningkatnya angka kecelakaan setiap tahun di Indonesia. Menurut data WHO tahun 2013, yang diperoleh dari situs resmi Jasa Marga menyatakan bahwa tingkat fatalitas kecelakaan lalu lintas per 100.000 populasi di Indonesia adalah sebesar 22.46 yang mana terhitung sangat tinggi bila dibandingkan dengan Jepang yang mempunyai tingkat fatalitas per 100.000 populasi hanya dibawah angka 4. Masih menurut data WHO, kelompok umur yang mempunyai tingkat fatalitas tertinggi di Indonesia sesuai *ADB Action Plan* adalah kelompok umur 22 -30 tahun

(mahasiswa) yaitu sebesar 42%. Kemudian data pendukung lainnya diperoleh dari Badan Pusat Statistik Republik Indonesia yang menyatakan bahwa terhitung pada tahun 2010 sampai dengan 2013 kecelakaan lalu lintas yang terjadi di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan.



Gambar 1.1 Data Angka Kecelakaan

Sumber : Badan Pusat Statistik Republik Indonesia

Kegiatan yang dilaksanakan tahun 2014 di Sirkuit Sentul ini merupakan kesinambungan dari program kepedulian Perseroan di bidang keselamatan ber-lalu lintas. Sebelumnya PT Jasa Marga (PERSERO) Tbk telah melakukan berbagai kegiatan di bidang tersebut yaitu kampanye “keselamatan di jalan” pada konferensi anak Indonesia 2012, penyebaran buku “Aku Tertib Berlalu-lintas”, pembangunan ZoSS (Zona Selamat Sekolah) serta “*JASA MARGA GOES TO CAMPUS*” yang telah dilaksanakan pada Maret 2014. Program *Highway Safety Driving*

merupakan program kesinambungan dari *JASA MARGA GOES TO CAMPUS*, pada saat itu Jasa marga menilai bahwa perlu adanya pengaplikasian dari program *JASA MARGA GOES TO CAMPUS* dengan demikian direalisasikan program *Highway Safety Driving* dan mengundang mahasiswa yang telah memiliki surat ijin mengemudi sebagai target *audiens* nya.

Kebiasaan mengemudi yang buruk di jalan khususnya di jalan tol disebabkan tidak adanya pendidikan formal untuk keselamatan berlalu lintas dan situasi berkendara di dalam kota dengan lalu lintas yang sangat padat, serta budaya tidak mentaati rambu-rambu atau peraturan lalu lintas. Sebagai contoh banyak pengemudi yang menambah kecepatan bila ada yang ingin berpindah lajur, berkendara di lajur kanan karena tidak ingin atau tidak mempunyai kemampuan mendahului kendaraan dengan benar, serta berkendara di bahu jalan karena tidak sabar atau ingin lebih cepat sampai. Pengemudi juga banyak yang masih belum paham mengenai perbedaan mengemudi di jalan arteri non tol dengan di jalan tol hal tersebut yang membuat PT Jasa Marga (PERSERO) Tbk ingin melakukan sebuah program yang bermanfaat dan dapat memberikan gambaran terhadap masyarakat sebagai bentuk pengaplikasiannya PT Jasa Marga (PERSERO) Tbk melakukan program CSR *safety driving*.

Untuk itu dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk membahas lebih dalam mengenai program *Highway Safety Driving* dan mengambil judul **ANALISIS IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL**

RESPONSIBILITY SEBAGAI KEGIATAN *PUBLIC RELATIONS* PT JASA MARGA (PERSERO) Tbk (STUDI KASUS : PROGRAM *HIGHWAY SAFETY DRIVING*).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana implementasi program *Corporate Social Responsibility* sebagai kegiatan *public relations* PT Jasa Marga (PERSERO) Tbk (Studi Kasus: program *Highway Safety Driving*).

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menganalisis implementasi program *corporate social responsibility* sebagai kegiatan *public relations* PT Jasa Marga (PERSERO) Tbk (Studi Kasus: program *Highway Safety Driving*).

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini memberi kontribusi penelitian di bidang ilmu komunikasi, khususnya bagi *Public Relations* sebagai *communication fasilitator* dan juga sebagai bahan referensi untuk rekan-rekan di masa yang akan datang sehingga dapat menambah pengetahuan pemikiran bagi peneliti lain yang ingin melakukan

penelitian serupa. Hal ini akan memberi sumbangan pemikiran dalam mengkaji dan mengembangkan penelitian mengenai CSR, yang merupakan salah satu fungsi dari *Public Relations*.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat untuk memberi kontribusi pemikiran bagi praktisi bisnis dalam menentukan program tanggung jawab sosial yang tepat bagi perusahaan. Penelitian ini dapat membantu praktisi dalam melihat dampak dari sebuah tanggung jawab sosial terhadap operasional perusahaan. Melalui penelitian ini, diharapkan praktisi bisnis melihat program tanggung jawab sosial bukan sebagai beban bagi perusahaan sehingga hanya dilakukan berkala, melainkan sebagai bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan secara berkelanjutan sesuai dengan program yang tepat.

U
M
N