

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perusahaan-perusahaan Indonesia memiliki program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), salah satunya adalah PT Solusi Bangun Andalasm (SBA). PT SBA telah bekerja selama sembilan tahun sejak 2012 untuk melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang berfokus pada aspek-aspek yaitu SBA Cerdas, SBA Mandiri, SBA Sehat, SBA Lestari dan SBA Peduli. Kelima pilar tersebut berkaitan dengan empat pilar tata kelola perusahaan: pilar sosial, pilar ekonomi, pilar lingkungan, dan pilar hukum dan tata kelola.

Pada tahun 2020, PT SBA penghargaan Padmamitra Awards dari Menteri Sosial RI yaitu Juliari Batubara, pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan badan usaha dalam penyelenggaraan kesejahteraan sosial di bidang kemiskinan (Aceh Tribun News, 2020). Penghargaan ini diberikan karena PT SBA memiliki beberapa program CSR (Corporate Social Responsibility) yang memberikan nilai tambah bagi masyarakat sekitar. Salah satunya adalah SBA Mandiri. Ini termasuk Badan Usaha Milik Gampong (BUMG) dan Gampong Simpan Pinjam (SPG). Singkatnya, program ini adalah program yang mengembangkan kapasitas ekonomi masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan pemanfaatan alam dan sumber daya manusia desa.

Pada tahun 2022, PT SBA Kembali menerima peringkat Hijau atas konsistensi pengelolaan lingkungan secara berkelanjutan, pada Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) Republik Indonesia. (Acehstandar.com, 2022). SBA secara konsisten menjalankan operasional sesuai misi Perusahaan yaitu dengan fokus untuk menciptakan perlindungan lingkungan dan tanggung jawab sosial yang berkelanjutan.

Program BUMG ini berbasis di 34 desa di kabupaten Lhoknga dan Leupung. Seluruh BUMG dipromosikan oleh PT SBA dalam bentuk kerjasama dalam program peningkatan kesejahteraan dan kegiatan usaha. Saat ini sudah terbentuk empat BUMG dengan berbagai bidang usaha sesuai dengan kemungkinan masing-masing daerah seperti peternakan, perikanan laut, sewa tenda, sewa traktor, penyediaan air, tambak air tawar, budidaya, furniture, pengolahan perikanan, bengkel las, dan pengolahan rotan.

Berdasarkan statistik IPM dan data kemiskinan Kabupaten Aceh Besar, program PT SBA terbukti berhasil menaikkan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) dari 71,75 pada 2016 menjadi 73,55 pada 2019. Tingkat kemiskinan turun dari 15,55 persen (2016) menjadi 13,92 persen tahun ini (Sumber: <https://majalahpajak.net/hibah-berbuah-bisnis-syariah/>, diakses pada 23 November pukul 19.36 WIB).

Salah satu program BUMG yang diberdayakan oleh PT SBA yaitu Budidaya Garam Leupung. Berlokasi di pinggir pantai Lhokseudu Desa Layeun Leupung program ini dibangun dengan bantuan dana program pengembangan masyarakat PT SBA (PT SBA) di tahun 2021. Dirancang dalam format usaha lintas gampong di Leupung, program ini telah diserahkan menjadi aset enam desa di Kecamatan Leupung dan dikelola sebagai unit bisnis dibawah manajemen BUMG (Bumdes) Bersama Leupung. Pasar garam cukup tersedia terutama di Leupung sendiri yaitu untuk menutupi kebutuhan garam nelayan ikan olahan, produsen ikan kering dan ikan asin di Leupung.

Potensi pasar juga terbuka untuk menutupi kebutuhan garam pabrik es milik satu pengusaha setempat dan pasar lainnya di luar Leupung. Program yang dijalankan sepenuhnya oleh masyarakat setempat ini mendapat apresiasi tokoh-tokoh masyarakat Leupung karena memberikan kemudahan bagi para nelayan setempat untuk mendapatkan garam yang sebelumnya mereka dapatkan dengan harga yang terkadang tidak bersaing dari pemasok di luar Leupung. Tambak garam ini terletak di lokasi wisata yang mudah dijangkau, dapat dikunjungi oleh para pelajar dan telah dirancang menjadi bagian dari program eduwisata di Leupung.

Pemilihan fokus penulis terhadap program CSR Budidaya Garam Leupung juga didasari oleh kondisi lingkungan di Aceh Besar dimana produksi garam di Provinsi Aceh dalam setahun pada awal tahun 2021 hanya mencapai rata-rata 11.000 ton, hampir tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga per tahun yaitu 9.688 ton. Petani juga memilih menggunakan teknologi sederhana untuk menghasilkan garam dengan cara direbus, tidak menggunakan Geomembran yang memiliki teknologi lebih tinggi. Dengan menerapkan metode rebus, tekstur garam dapat lebih halus rasa asinnya lebih terasa daripada hanya dijemur. Hasil garam rebus juga dapat dijual dengan harga yang lebih mahal (Sumber : <https://www.kompas.id/baca/nusantara/2021/03/24/produksi-garam-aceh-hanya-penuhi-konsumsi-rumah-tangga> diakses pada 12 September 2022).

Masih dilansir dari media online Kompas, Kepala Seksi Pelayanan dan Pengembangan Usaha Dinas Kelautan dan Perikanan Aceh Erwandi menyatakan bahwa perlu mengubah pola pikir petani garam dari hanya sekadar menjadi petani, menjadi pengusaha garam, sebab pasar tersedia sangat lebar. PT SBA khususnya *community relation* yang sudah melakukan riset terhadap fenomena sosial yang terjadi, petani garam di Leupung lebih menasar kepada keuntungan yang tinggi daripada memperluas jangkauan usaha. Dengan begitu, hadirilah program Budidaya Garam Leupung yang diharapkan dapat mempermudah petani dalam memasarkan garam dengan harga bersaing di pasaran.

Berdasarkan pra wawancara yang dilakukan oleh penulis terhadap informan kunci, terdapat beberapa permasalahan yang terjadi ketika implementasi CSR diantaranya ada beberapa ketidakjujuran dari masyarakat sasaran terhadap perkembangan dari program budidaya garam Leupung antara yang terjadi di lapangan dengan laporan kepada pihak *community relations*. Seperti yang disebutkan sebelumnya, budidaya garam Leupung dilakukan dalam rangka menurunkan angka kemiskinan. Namun, pada fakta yang terjadi di lapangan, terdapat ketidaksesuaian data antara pendapatan masyarakat, tenaga kerja yang belum mendapatkan pekerjaan dan lain sebagainya. Ketika data tidak *valid*, maka akan cukup sulit untuk menentukan apakah program CSR yang dilaksanakan berhasil atau tidak, hingga timbulnya masyarakat yang kontra dan pada akhirnya berdampak pada citra PT SBA.

Gambar 1.0.1 Pelaksanaan Program CSR Budidaya Garam di Leupung



(Sumber : Modul Best Practice CSR 2019 PT SBA-01 Jul 2021)

Kegiatan CSR termasuk ke dalam program *public relations* yang bertujuan untuk membentuk, membangun dan menjaga citra, khususnya perusahaan atau biasa disebut

dengan *corporate image*. *Public relations* memegang peranan penting dalam pelaksanaan CSR, didalam atau diluar perusahaan. Dalam semua ruang lingkup CSR, seorang praktisi PR terlibat dalam tahapan *fact finding*, *planning*, *communicating*, dan *evaluation*. Dengan kata lain, berbicara tentang CSR berarti berbicara tentang PR sebuah perusahaan, dimana program CSR adalah bagian dari hubungan masyarakat atau *public relations*.

Irianta (2004:88) memandang hubungan masyarakat berdasarkan dua pendekatan. Pertama, dalam konsep humas lama, program Community Relations yang memposisikan organisasi sebagai donatur, hanyalah bagian dari perilaku dan komunikasi dalam proses Humas. Jika ada masalah yang mendesak sebagai hasil dari pengumpulan fakta dan perumusan masalah, rencana tersebut menetapkan program yang terkait dengan masyarakat. Kedua, masyarakat diposisikan sebagai mitra. Konsep komunitas bukanlah sekelompok orang yang tinggal di sekitar operasi suatu organisasi, tetapi hubungan komunitas dianggap sebagai program terpisah yang mewujudkan tanggung jawab sosial suatu organisasi.

Penelitian ini mempertimbangkan pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang dilaksanakan oleh perusahaan. Persaingan bisnis dan bisnis semakin ketat saat ini. Inovasi dari segala arah diterapkan oleh semua perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya. Semakin banyak peluang bisnis yang tersedia, membuka lebih banyak kesempatan kerja bagi masyarakat. Selain itu, ditopang oleh kebijakan otonomi daerah yang mendorong masyarakat untuk bersaing demi kemajuannya dengan memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk berusaha di daerahnya masing-masing.

Keberhasilan yang dicapai suatu perusahaan tidak terlepas dari peran serta para pemangku kepentingan yang mendukung kemajuan perusahaan. Masyarakat yang tinggal di sekitar wilayah perusahaan merupakan salah satu dari beberapa pemangku kepentingan yang terkena dampak berdirinya perusahaan. Perusahaan perlu melayani masyarakat di sekitar tempat usahanya. Kepentingan perusahaan di masyarakat diwujudkan dalam sebuah program yang dikenal dengan Corporate Social Responsibility atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Nela, 2013:5). Dikatakan oleh Rusdianto dalam (Pranata, 2021:7) meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan karyawan, selain keuntungan, harus menjadi tujuan utama perusahaan dalam menjalankan bisnis. Sangat penting bagi sebuah

perusahaan untuk bekerja sebagai cara hidup (*a way of life for a company*) menuju terwujudnya CSR.

Program CSR merupakan pelaksanaan kegiatan administrasi, pengorganisasian, dan kepengurusan atau manajemen. Ketiga konsep tersebut merupakan komponen yang mendukung pelaksanaan CSR dan memungkinkan untuk dilaksanakan dengan baik. Menurut Handjaja (2013:14) CSR adalah komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi yang lebih besar kepada masyarakat baik melalui perilaku sosial atau tanggung jawab lingkungan. Dari uraian di atas, kita dapat melihat bahwa program CSR ini merupakan inisiatif perilaku sosial dan lingkungan yang menasar komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan di sekitar perusahaan.

Pelaksanaan program CSR dilakukan karena ada kebijakan regulasi, adanya orang-orang yang terlibat dalam pelaksanaannya, serta adanya lembaga- lembaga yang melaksanakan kegiatan atau program tersebut. Oleh sebab itu, pelaksanaan CSR tidak terlepas dari peranan *stakeholders* dalam implementasinya yang mana *stakeholders* ini dapat dikatakan bagian dari organisasi manusia dan manusia dalam organisasi. Pelaporan tentang CSR perusahaan yang mulanya bersifat sukarela (*voluntary*) tetapi saat ini CSR dianggap inti dari etika bisnis yang artinya wajib (*mandatory*) dilakukan karena telah tercantum dalam UU No.40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas dan UU No.47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan. Undang-Undang tersebut menjelaskan bahwa mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan kegiatan CSR.

Kegiatan CSR merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan para *stakeholder*, dan dimana perusahaan menyadari bahwa seharusnya perusahaan tersebut tidak hanya mengejar keuntungan belaka, namun juga melayani kegiatan *stakeholder*. Dengan menyadari bahwa ditinggalkannya perusahaan oleh para *stakeholder* itu berarti pundi-pundi keuntungan juga akan hilang, oleh sebab itu keberlangsungan hidup perusahaan tidak bisa lepas dari lingkungan eksternal, baik lingkungan alam maupun lingkungan sosial (Ghani, Nastiti, & Andari, 2016:65). Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, pelaku bisnis dapat memfokuskan implementasinya terhadap tiga hal, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Jika ketiga dimensi ini dapat dijalankan dengan baik, maka akan mencapai yang disebut "*corporate citizenship*" (Mardikanto, 2018:142).

Urgensi peneliti untuk melakukan penelitian dalam program CSR garam Leupung oleh PT SBA ini menilik dari adanya kemajuan dari sistem ekonomi masyarakat Leupung yang meningkat khususnya di masa pandemi, serta menambah lapangan pekerjaan. Terdapat pula keunikan dari tahap perencanaan seperti yang diinformasikan oleh Mahdani selaku *community relation officer* PT SBA, dimana seluruh *stakeholder* dilibatkan dalam diskusi sehingga semua memiliki kesempatan untuk mengutarakan pendapat dan solusi yang diharapkan dari fenomena produksi garam yang dialami. Selain itu, dari penjelasan sebelumnya disampaikan bahwa PT SBA mendapatkan penghargaan dimana program CSR PT SBA berpengaruh terhadap perekonomian warga Leupung dan berhasil menurunkan indeks kemiskinan. Walaupun begitu, masih terdapat kekurangan atau *gap* yang terjadi pada saat pelaksanaan program garam Leupung yaitu kurang meratanya penerima program sehingga terdapat kecemburuan sosial yang justru berpotensi mempengaruhi citra PT SBA. Hal tersebut yang memperkuat alasan penulis untuk meneliti bagaimana Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) Budidaya Garam Leupung oleh PT SBA Tahun 2021 di Leupung.

Penelitian yang serupa dengan implementasi CSR sudah banyak dibahas oleh peneliti sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Muhammad Rudi Wijayat dan Oriza Agustin (2018) berjudul Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Kasus di PT. Tambak Seribu Teluk Pandan Pesawaran) yang mana penelitian ini membahas bahwa CSR dilakukan dalam beberapa bentuk, meliputi bantuan hari raya, bantuan kesehatan, beasiswa pendidikan, bantuan pembangunan sarana ibadah dan fasilitas umum, penanganan limbah, pelestarian air bersih, dan penanaman bakau. PT. Tambak Seribu menetapkan anggaran untuk CSR sebesar 2% dari laba bersih perusahaan tahun 2014.

Namun realisasi Corporate Social Responsibility (CSR) oleh PT. Tambak seribu secara teknis belum terlihat dari capaian program di lapangan, karena realisasi CSR lebih banyak berupa bantuan tunai kepada masyarakat, bukan program kemitraan ekonomi dengan masyarakat dan belum ada keterbukaan perusahaan berkaitan dengan dana yang diberikan kepada masyarakat. Pemberian CSR memanfaatkan momentum hari raya, dan pengajuan proposal dari masyarakat, sehingga perusahaan terlihat kurang proaktif dalam menjangkau informasi tentang kebutuhan masyarakat yang perlu dibantu

dengan program CSR, sehingga melalui penelitian yang dilakukan oleh penulis menutupi kekurangan dari penelitian sebelumnya.

Merujuk pada paparan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk menggali informasi lebih dalam mengenai implementasi program *corporate social responsibility* (CSR) budidaya garam Leupung oleh PT SBA di tahun 2021.

1.2. Tujuan Penelitian

Mengacu kepada paparan latar belakang di atas, dapat dirumuskan tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui implementasi *corporate social responsibility* (CSR) program budidaya garam Leupung pada tahun 2021. Sehingga hasil penelitian ini adalah untuk menunjukkan bagaimana sebuah perusahaan menjalankan CSR yang dimulai dari beberapa tahapan baik pada perencanaan, pelaksanaan, evaluasi hingga tahap pelaporan.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Bagaimana implementasi *corporate social responsibility* (CSR) PT SBA dalam program budidaya garam Leupung pada tahun 2021?

1.4. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti ingin memperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti ingin menyampaikan dan memperluas ilmu komunikasi yang diaplikasikan dalam skripsi ini kepada mahasiswa Humas khususnya dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam bisnis.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penilaian terhadap kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di dalam perusahaan kepada PT SBA.

1.5. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu yang dibutuhkan peneliti untuk melakukan penelitian ini dimulai dari bulan November 2021 – Juli 2021. Kegiatan yang dilakukan selama penelitian adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1
Waktu dan Tahapan Penelitian

Tahapan	2021			2022								
	OKT	NOV	DES	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	SEPT	OKT	NOV	DES
Menentukan topik penelitian												
Menyusun proposal penelitian												
Pendaftaran Desk Evaluation												
Revisi DE												
Menyusun Penelitian												

Sumber: Olahan Penulis, 2022