

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) VIII merupakan salah satu perkebunan milik Negara yang didirikan berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 13 tahun 1996, seperti yang dinyatakan dalam akta Notaris Harun Kamil, S.H., No. 41 tanggal 11 Maret 1996 dan telah memperoleh pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia melalui Surat Keputusan C2-8336.HT.01.01.TH.96 tanggal 8 Agustus 1996. Akta pendirian ini selanjutnya mengalami perubahan sesuai dengan akta Notaris Sri Rahayu Hadi Prasetyo, SH., No. 05 tanggal 17 September 2002 dan telah mendapat persetujuan Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui Surat Keputusan No. C-20857 HT.01.04.TH.2002 tanggal 25 Oktober 2002.

Perusahaan ini didirikan dengan maksud dan tujuan untuk menyelenggarakan usaha di bidang agrobisnis dan agro industri, serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya Perseroan untuk menghasilkan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat, serta mengejar keuntungan guna meningkatkan nilai perseroan dengan menerapkan prinsip-prinsip Perseroan Terbatas.

Komitmen PTPN VIII diwujudkan dalam program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*). Melalui CSR perusahaan

berupaya memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada Pemangku Kepentingan, khususnya masyarakat di wilayah kerja perusahaan. Selain itu PTPN VIII juga melaksanakan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang bermitra dengan Usaha Kecil, yang diharapkan memberikan manfaat pengembangan masyarakat secara nyata terutama komunitas di sekitar wilayah usaha perusahaan. Pelaksanaan PKBL diharapkan dapat membantu usaha Pemerintah dalam meningkatkan kemandirian masyarakat, mengurangi jumlah pengangguran dan penduduk miskin yang pada akhirnya meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

CSR merupakan bagian program jangka panjang perusahaan terhadap perbaikan kualitas sosial dan lingkungan, dan salah satu upaya menambah nilai positif (citra perusahaan) di mata para pemangku kepentingan. CSR PTPN VIII dapat dimaknai sebagai komitmen dalam memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas hidup seluruh pemangku kepentingan di wilayah operasi perusahaan.

Fungsi *Public Relations* tidak terlepas dari citra positif perusahaan. Untuk mendapatkan citra positif tersebut, tentunya *Public Relations* harus menjalin hubungan baik dan komunikasi untuk membangun dan menciptakan citra positif perusahaan.

Dalam kegiatan CSR, perusahaan di Indonesia dapat dikategorikan kepada dua kelompok. Pertama, kelompok yang melaksanakan kegiatan CSR secara sukarela, karena Undang-Undang tidak mewajibkannya. Kedua, kelompok

perusahaan yang melaksanakan CSR karena undang-undang mewajibkannya. Kedua kelompok perusahaan dengan pendekatan dasar hukum yang berbeda ini memiliki harapan yang sama, yakni pelaksanaan CSR dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja perusahaan, baik secara finansial maupun non finansial dalam jangka panjang. (Kartini, 2020: 11)

UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menggunakan istilah “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. Tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dimiliki oleh suatu Perseroan secara moral harus dilakukan karena menjadi komitmen suatu Perseroan. Perseroan harus bergerak untuk berperan dalam ekonomi berkelanjutan dan meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan.

Sejak adanya Pandemi Covid-19 di Indonesia tentu saja banyak sekali dampak yang ditimbulkan, tidak hanya pada Kesehatan masyarakat, tetapi juga mempengaruhi kondisi perekonomian, Pendidikan, dan kehidupan sosial masyarakat lainnya. Wujud nyata yang telah dilakukan perusahaan yaitu melalui Program Bina Lingkungan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam memutus mata rantai penyebaran Covid-19. Program yang dilakukan diantaranya melibatkan masyarakat untuk membantu memulihkan perekonomian. Salah satu sasaran programnya mendukung langkah Kementerian BUMN untuk mendorong dan membantu masyarakat yang bergerak dalam bidang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) adalah program tanggungjawab sosial perusahaan BUMN yang merupakan perwujudan tujuan

didirikannya BUMN untuk turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi, dan masyarakat.

PKBL terdiri dari dua jenis program, yakni Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan. Program Kemitraan adalah program yang ditujukan untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil melalui pemanfaatan sebagian laba BUMN. Program Kemitraan bertujuan agar masyarakat, khususnya pelaku usaha kecil, bisa mengembangkan usahanya dan menjadi usaha mandiri. Perwujudan dari program ini adalah dengan pemberian kredit lunak bagi pelaku UMKM dan pemberian pembinaan untuk meningkatkan kemampuan kerja usahanya. Program yang kedua adalah program Bina Lingkungan. Program Bina Lingkungan adalah program pemberdayaan sosial masyarakat yang dananya bersumber dari penyisihan dana dari bagian hasil laba BUMN. Perwujudan dari program ini adalah bantuan korban bencana alam, bantuan pendidikan dan/atau pelatihan, bantuan peningkatan kesehatan, bantuan pengembangan prasarana dan/atau sarana umum, bantuan sarana ibadah, bantuan pelestarian alam, dan bantuan sosial kemasyarakatan dalam rangka pengentasan kemiskinan.

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan sebagai bagian dari kegiatan tanggungjawab sosial berdampak langsung terhadap masyarakat ekonomi lemah dan usaha kecil. Program ini telah diatur dalam undang-undang dan dilaksanakan oleh semua BUMN yang tersebar di seluruh penjuru Indonesia. Beberapa perusahaan BUMN telah berpengalaman melaksanakan PKBL dalam beberapa tahun. Sebut saja diantaranya PT Telkom, PTPN X, PT Jasa Marga, Pertamina, Angkasa Pura, dan Jasa Tirta I. Beberapa laporan PKBL telah dipublikasikan

kepada umum agar dapat dilihat oleh para stakeholder terkait, namun ada pula yang dipublikasikan terbatas. Program PKBL yang menarik ini sayangnya kurang terekspose jika dibandingkan dengan program CSR yang banyak dilakukan oleh perusahaan swasta. Kurangnya eksistensi perusahaan dalam media komunikasi membuat masyarakat menjadi kurang mengenal mengenai perusahaan PTPN VIII.

Mengingat peran *Public Relations* dalam membangun juga mempertahankan citra positif dengan mengkomunikasikan program-program tanggung jawab sosial perusahaan sangat penting bagi perusahaan, serta perusahaan harus meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat sekitar sehingga perusahaan bisa mendapat pandangan positif dari publik. Jika hal tersebut tidak dilakukan dengan baik, maka perusahaan harus menerima konsekuensinya apabila citra masyarakat pada perusahaan menjadi berkurang.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut “PERAN *PUBLIC RELATIONS* MELALUI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN (Studi Deskriptif Program CSR Kemitraan dan Bina Lingkungan pada PT. Perkebunan Nusantara VIII Bandung)”.

Mengaplikasikan teori yang digunakan sebagai landasan penelitian dengan keadaan yang ada di lapangan. Landasan teori yang digunakan tersebut dikemukakan oleh Mc Elreath (1995) mengenai Peran *Public Relations* dengan menerapkan fungsi-fungsi manajemen yaitu dengan menjalankan penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi terhadap program yang dijalankan,

sehubungan dengan diadakannya kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) oleh PT. Perkebunan Nusantara VIII Bandung.

1.2 Rumusan Masalah

Untuk menjelaskan rumusan masalah yang diteliti dalam penelitian ini, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1.2.1 Pertanyaan Makro

Bagaimana Peran *Public Relations* PT. Perkebunan Nusantara Melalui Program *Corporate Social Responsibility* dalam Mempertahankan Citra Perusahaan?

1.2.1 Pertanyaan Mikro

Untuk menganalisa fokus penelitian pada rumusan masalah makro, maka peneliti telah merumuskan masalah mikro sebagai berikut:

1. Bagaimana **penelitian** yang dilakukan *Public Relations* PT. Perkebunan Nusantara VIII sebelum melaksanakan Program *Corporate Social Responsibility* dalam Mempertahankan Citra Perusahaan?
2. Bagaimana **perencanaan** yang dilakukan *Public Relations* PT. Perkebunan Nusantara VIII sebelum melaksanakan Program *Corporate Social Responsibility* dalam Mempertahankan Citra Perusahaan?
3. Bagaimana **pelaksanaan** yang dilakukan *Public Relations* PT. Perkebunan Nusantara VIII melalui Program *Corporate Social Responsibility* dalam Mempertahankan Citra Perusahaan?

4. Bagaimana **evaluasi** yang dilakukan *Public Relations* PT. Perkebunan Nusantara VIII setelah melaksanakan Program *Corporate Social Responsibility* dalam Mempertahankan Citra Perusahaan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui “Peran *Public Relations* PT. Perkebunan Nusantara VIII Melalui Program *Corporate Social Responsibility* dalam Mempertahankan Citra Perusahaan”.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian tentunya memiliki tujuan, dimana tujuan dari penelitian yang dilakukan akan dijelaskan seperti yang tertera di bawah ini. Tujuan-tujuan penelitian meliputi:

1. Untuk mengetahui **penelitian** yang dilakukan *Public Relations* PT. Perkebunan Nusantara VIII sebelum melaksanakan Program *Corporate Social Responsibility* dalam Mempertahankan Citra Perusahaan.
2. Untuk mengetahui **perencanaan** yang dilakukan *Public Relations* PT. Perkebunan Nusantara VIII sebelum melaksanakan Program *Corporate Social Responsibility* dalam Mempertahankan Citra Perusahaan.
3. Untuk mengetahui **pelaksanaan** yang dilakukan *Public Relations* PT. Perkebunan Nusantara VIII melalui Program *Corporate Social Responsibility* dalam Mempertahankan Citra Perusahaan.

4. Untuk mengetahui **evaluasi** yang dilakukan *Public Relations* PT. Perkebunan Nusantara VIII setelah melaksanakan Program *Corporate Social Responsibility* dalam Mempertahankan Citra Perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai bahan masukan dan wawasan bagi penelitian-penelitian selanjutnya sehingga mampu menunjang perkembangan dalam bidang Ilmu Komunikasi dan penelitian ini pun mampu berguna sebagai referensi pengetahuan dan pengalaman bagi seluruh pihak yang tertarik untuk melakukan penelitian tentang *Corporate Social Responsibility* di masa mendatang.

1.4.2. Kegunaan Praktis

1. Kegunaan Untuk Peneliti

Penelitian ini dapat berguna secara praktis bagi peneliti sebagai pengaplikasian ilmu atau teori yang sudah peneliti dapatkan selama mengikuti perkuliahan khususnya dan peneliti selanjutnya.

2. Kegunaan untuk Universitas dan Program Studi

Penelitian ini dapat berguna bagi Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia secara umum dan program studi Ilmu Komunikasi secara khusus sebagai bahan literatur. Literatur ini pun bisa berguna,

terutama bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian pada bahan kajian penelitian yang sama.

3. Kegunaan untuk Perusahaan yang diteliti

Penelitian ini dapat berguna sebagai rekomendasi atau informasi bagi Public Relations PT. Perkebunan Nusantara VIII sebagai bahan evaluasi dan masukan mengenai peran yang telah dilakukan bagian *Public Relations* dalam program *Corporate Social Responsibility*.