

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Bisnis hadir dipergunakan sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Keuntungan dari segi materi akan diperoleh jika dalam pelaksanaannya mampu dikelola dengan baik. Perusahaan memiliki andil yang cukup besar dalam stabilitas perekonomian. Baik itu perusahaan UMKM, maupun perusahaan besar dituntut untuk terus menghasilkan keuntungan yang maksimal. Namun kini di dalam dunia bisnis, perusahaan tidak hanya berorientasi pada *profit* saja. Meskipun secara umum tujuan utama berdirinya perusahaan ialah mencari keuntungan. Kini perusahaan juga wajib melaksanakan terkait CSR. Baik di sektor ekonomi, sosial, pendidikan, dan lingkungan. Telah terjadi pergeseran orientasi perusahaan dari hanya berfokus pada keuntungan, bisnis juga harus bertanggung jawab secara sosial terhadap masyarakat sekitar. (Sholihin, 2010) dalam (Lubis, 2019)

Industri agar mampu bisa berkembang secara terus-menerus tidak hanya berprinsip pada *single bottom line*, yakni bisnis yang memiliki konsep berdasar hanya pada keuntungan (*profit*). Namun juga memperhatikan prinsip *triple bottom line* atau konsep yang memperhatikan tiga pilar kesuksesan, yaitu sosial (*people*), lingkungan (*planet*), serta ekonomi (*profit*). Dengan perusahaan menjalankan prinsip *triple bottom line* maka hal tersebut nantinya akan memberikan manfaat yang baik dari segi ekonomi maupun dari segi sosial (Wida, 2019).

Tanggung jawab sosial adalah cara bagi bisnis untuk menerapkan prinsip-prinsip profesionalnya. Dalam praktiknya, di dalam dunia bisnis secara tidak langsung dan tidak dapat di hindari dapat menimbulkan efek negatif yang mampu mengancam sebuah perusahaan. Dalam kegiatan produksi perusahaan, muncul kesadaran akan adanya efek negatif secara tidak langsung tersebut berada. Hal ini menjadi tolak ukur akan pentingnya kegiatan sosial bagi baik pada lingkungan sosial maupun fisik di sekitar tempat perusahaan tersebut berada. Hal ini menjadi tolak ukur akan pentingnya kegiatan sosial bagi masyarakat di sekitar. Tindakan ini tidak hanya memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan tetapi juga kewajiban moralnya untuk melindungi lingkungan dari dampak buruk yang mungkin ditimbulkan oleh kegiatan produksi. Kegiatan inilah yang kemudian dinamai dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* (Pratiwi, 2020)

Agar gagasan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) ada, bisnis harus mengadopsi perspektif luas yang mengakui kewajiban mereka kepada pemangku kepentingan lainnya, termasuk karyawan, komunitas lokal, konsumen, pemerintah, dan komunitas yang lebih besar. Perusahaan tidak hanya memiliki kepentingan tanggung jawab bagi yang mendatangkan keuntungan saja akan tetapi, dalam menjalankan suatu usahanya, perusahaan juga memiliki tanggung jawab moral, etika, serta filantropik. Tanggung jawab sosial dan lingkungan, atau CSR, adalah gagasan bahwa perselisihan dapat dihindari dengan menggunakan strategi atau inisiatif yang berbeda untuk mengurangi atau bahkan sepenuhnya memberantas dampak negatif yang

mungkin terjadi. CSR bertujuan untuk menanamkan "ruh" kemanusiaan dalam bisnis individualistis. (Karjoko & dkk, 2019)

CSR yang baik ialah yang memiliki komitmen secara berkelanjutan dari pelaku bisnis untuk menjunjung tinggi prinsip-prinsip moral serta untuk memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi. Tujuan dari pertumbuhan ekonomi ini adalah untuk meningkatkan standar hidup setiap orang, termasuk karyawan dan anggota keluarga mereka. CSR merupakan ide-ide pembangunan berkelanjutan, yang dilakukan berulang kali untuk pembangunan jangka panjang guna meningkatkan program peduli terhadap lingkungan sekitar. CSR adalah salah satu cara agar perusahaan dapat terlibat dalam inisiatif pembangunan berkelanjutan dengan menciptakan inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan untuk masyarakat setempat. Hal ini dicapai dengan membangun dan menjunjung tinggi keseimbangan antara tugas sosial, perawatan lingkungan, dan pengambilan keuntungan. (Kholis, 2020)

Corporate Social Responsibility (CSR) diharapkan dapat menciptakan adanya keseimbangan serta kesejahteraan sosial bagi masyarakat. Selain itu, adanya pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* ini ialah terbentuknya pandangan yang baik serta kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Hubungan timbal balik inilah yang bertujuan guna dapat menciptakan serta meningkatkan citra yang baik terhadap sebuah perusahaan. Kegiatan tanggung jawab sosial ini menjadi salah satu tolak ukur citra perusahaan karena masyarakat kini memandang perusahaan dari program CSR.

Perusahaan yang berhasil membangun citra positif maka perusahaan tersebut mampu terus bertahan serta memiliki nilai lebih dalam pertarungan bisnis dalam jangka panjang dan berkesinambungan. Kegiatan bisnis saat ini terlibat dalam inisiatif Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) yang mencakup peningkatan keterampilan masyarakat dan tidak hanya berupa sumbangan materi. Masyarakat sekarang dapat lebih mudah mengakses berbagai informasi dari mana saja di dunia berkat teknologi dan aksesibilitas informasi. Ketika sebuah bisnis menunjukkan tanggung jawab sosial yang buruk, informasi akan keluar dengan cepat, dan mampu menciptakan reputasi buruk yang dapat merugikan bisnis secara keseluruhan (Anwar, 2019).

Gagasan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia populer digunakan sejak tahun 1990-an. Pelaku usaha telah lama menjalankan *Corporate Social Activity* (CSA) yang merupakan aktivitas sosial perusahaan, meskipun bukan bernama CSR akan tetapi kegiatan tersebut hampir sama dengan konsep CSR. CSR yang dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen suatu organisasi atau komunitas bisnis untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui penyeimbangan perhatian terhadap elemen ekonomi, sosial, dan lingkungan (Kholis, 2020).

Menurut Pasal 74 ayat 1, pelaku usaha yang melakukan usaha di bidang dan/atau terkait dengan sumber daya alam (SDA) wajib memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kementerian Sosial Republik Indonesia (2007) mendefinisikan CSR sebagai komitmen dan kemampuan dunia usaha untuk

memberikan perawatan, melaksanakan kewajiban sosial, atau kesejahteraan masyarakat serta menjaga keseimbangan ekosistem di lingkungan sekitar. Konsep CSR menjadi semakin kabur karena kesalahpahaman tentang hal itu. Bahkan, ketika CSR dikombinasikan dengan kegiatan sosial, hal itu menjadi disalah artikan. Pada kenyataannya, gagasan CSR adalah komponen inisiatif untuk pemberdayaan sosial yang dimaksudkan untuk dikontraskan dengan tujuan bisnis. Hal ini konsisten dengan kewajiban bisnis untuk menegakkan tanggung jawab sosial berdasarkan Undang-Undang CSR 2007. (Jesika & dkk, 2017)

CSR menurut ISO 26000 adalah kewajiban organisasi untuk mengatasi bagaimana tindakan dan keputusannya mempengaruhi masyarakat dan lingkungan dengan bertindak secara transparan dan bertanggung jawab secara moral. Tujuh prinsip ISO 26000 harus digunakan dalam pengelolaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) antara lain akuntabilitas, transparansi, perilaku etis, memperhatikan kepentingan pemangku kepentingan, kepatuhan hukum, menghormati perilaku internasional, dan menghormati hak asasi manusia (Yogia & Wedayanti, 2018).

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) diamanatkan kepada setiap BUMN untuk dikelola berdasarkan perintah Menteri BUMN No. Kep - 236 / MBU / 2003. Program Kemitraan membantu pengusaha UMK di sektor pertanian, perdagangan, industri, peternakan, perkebunan, perikanan, dan lapangan usaha lainnya dengan mendukung program pelatihan dan menawarkan bantuan kredit. Sementara itu, program Bina Lingkungan berbentuk bantuan

sosial atau *community improvement*, yang dimanfaatkan untuk menciptakan berbagai fasilitas umum, antara lain untuk bantuan bencana alam, kesehatan, pendidikan, dan ibadah, serta pelestarian lingkungan. Selanjutnya, sebagaimana tercantum dalam pasal 2 huruf e Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN), pendirian BUMN bertujuan untuk membimbing dan mendukung usaha lemah, koperasi, dan masyarakat.

Sejauh mana perusahaan melakukan upaya CSR dengan serius dapat ditentukan oleh sejumlah langkah. Pertama di antaranya adalah bahwa tidak semua bisnis memiliki Prosedur Operasi Standar (SOP) CSR. Kedua, tidak semua bisnis memiliki departemen atau divisi khusus untuk tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sebaliknya, inisiatif CSR masih terintegrasi dalam divisi hubungan masyarakat atau pengembangan sumber daya manusia. (HRD). Ketiga, Perusahaan tidak fokus menyiapkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang memiliki kapasitas dalam mengelola CSR (Rahmatullah, 2011 dalam (Yogia & Wedayanti, *Corporate Social Responsibility dan Ekologi Administrasi Publik*, 2019). Ketiga aspek masalah ini pada akhirnya mengarah pada inisiatif CSR yang mengambil bentuk pemberian amal tetapi jauh dari tanggung jawab berkelanjutan. Di sisi lain, di bawah tatanan global, bisnis yang produknya terkait dengan impor dan ekspor disarankan untuk mematuhi kriteria ISO 26000 untuk tanggung jawab sosial, yang implementasinya dimulai pada 2010. Sehingga hal ini mengarah pada pembuatan pedoman di seluruh dunia tentang tanggung jawab berkelanjutan serta undang-undang setempat yang mewajibkan

bisnis tertentu untuk terlibat dalam inisiatif CSR. (Yogia & Wedayanti, *Corporate Social Responsibility* dan Ekologi Administrasi Publik, 2019).

Komitmen perusahaan terhadap ekonomi berkelanjutan yang menguntungkan dari segi sosial, ekonomi, dan lingkungan serta hukum dan tata kelola diwujudkan dalam Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan BUMN (TJSL BUMN), yang berisi prinsip-prinsip dampak yang terintegrasi, terukur, dan terarah yang dapat dipertanggungjawabkan. Pendekatan bisnis perusahaan diwujudkan dalam kegiatan ini. *Sustainable Development Goals* (SDGs) dan ISO 26000 menjadi prinsip panduan untuk inisiatif CSR BUMN ini, yang bertujuan untuk lebih berpengaruh, inklusif, dan berkelanjutan. Tujuan dari program CSR BUMN ini adalah untuk meningkatkan perkembangan hukum, tata kelola, sosial, dan ekonomi serta ekologi perusahaan (Lako, 2018).

TJSL adalah cara bagi bisnis untuk menanggapi proses peningkatan standar hidup masyarakat melalui layanan dan manfaat sosial. Kegiatan ini diharapkan akan berlangsung di daerah-daerah di mana demokrasi ekonomi dengan nilai-nilai berkelanjutan, efisiensi yang merata, persatuan, kemandirian, dan kesadaran lingkungan menopang kemajuan ekonomi nasional. Selain itu, Pasal 33 UUD 1945 Republik Indonesia menggunakan ini sebagai alat untuk memastikan bahwa manfaat didistribusikan secara luas ke seluruh masyarakat dan tidak hanya dikendalikan oleh sejumlah kecil orang.

PT INKA (Persero) merupakan salah satu BUMN yang juga menjalankan program BUMN TJSL. PT Industri Kereta Api (Persero), Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berbasis di Kota Madiun, terlibat dalam produksi dan

penyediaan jasa perkeretaapian. Inisiatif CSR di bidang ekonomi, pendidikan, dan lingkungan dilakukan oleh PT INKA (Persero).

Di PT INKA (Persero), tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dilaksanakan sebagai jenis peraturan pemerintah yang diperlukan melalui inisiatif CSR yang disebut TJSL (Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan). Program-program CSR yang dilakukan departemen TJSL pada tahun 2023 diantaranya penyaluran paket bantuan makanan bergizi untuk balita resiko stunting, penyaluran bantuan pelatihan bahasa Inggris ke Panti Asuhan, beasiswa Pendidikan di dua Politeknik di Madiun serta pelatihan welding bagi SMK binaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, peneliti tertarik untuk meneliti “ANALISIS IMPLEMENTASI CSR (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*) PROGRAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN (TJSL) PT INKA (Persero)”

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) PT INKA (Persero)?
2. Apa sajakah faktor pendukung dan pengambat dalam melaksanakan program?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin dicapai ialah:

1. Untuk mengetahui aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) PT INKA (Persero) pada program pelatihan welding.
2. Untuk mengetahui apa sajakah faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan program.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur khususnya dalam prodi Ilmu Komunikasi dan sebagai bahan pertimbangan serta referensi bacaan secara umum.

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis penelitian ini adalah menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan PT INKA (Persero) dalam menyadari seberapa jauh perusahaan berkontribusi kepada masyarakat sekitar melalui program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) sehingga dapat meningkatkan tanggung jawab sosialnya atau CSR.