

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mulai mengemuka di Indonesia dan menjadi perbincangan sejak diterbitkannya Undang-Undang No. 40 tahun 2007 yang mengatur tentang Perseroan Terbatas. Di dalam UUPT tersebut, mewajibkan kepada seluruh perusahaan perseroan yang menjalankan usahanya dibidang atau berkaitan dengan Sumber Daya Alam untuk melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pada pasal 1 ayat 3 UUPT menyebutkan bahwa

“Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”. (Kementerian Perdagangan, 2014)

Berdasar pada kandungan pasal tersebut diatas, dapat dipahami bahwa elemen dasar dari pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) atau yang saat ini dikenal dengan sebutan *Corporate Social Responsibility* (CSR) harus memenuhi 3 elemen utama yakni ekonomi, sosial dan lingkungan. Ketiga elemen inilah yang kemudian terintegrasi dan diharapkan menjadi pendukung utama dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna menciptakan kebermanfaatan bagi masyarakat dan lingkungan.

Pada awal kemunculannya, program CSR menimbulkan pro dan kontra dari berbagai pihak. Ada yang menganggap bahwa sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan, tidak perlu dicantumkan dalam Undang-Undang karena sifatnya yang sukarela. Namun, mengingat peraturan telah ditetapkan dan disahkan, dengan keterpaksaan ataupun dengan kesukarelaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat terus dijalankan hingga saat ini, terbukti dari beberapa kegiatan ataupun infrastruktur yang merupakan hasil dari program CSR, seperti RPTRA dan RTH Kalijodo di Jakarta yang berasal dari dana CSR PT Bumi Serpong Damai Tbk, anak perusahaan Sinarmas Land (Bumi Serpong Damai, 2016).

Keseriusan dalam menggarap atau melaksanakan program CSR terletak pada kebijakan dari pemilik ataupun pimpinan perusahaan. Semakin tinggi kesadaran akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dari para pemilik maka diyakini program CSR sudah bukan lagi sebatas melaksanakan kewajiban untuk mengikuti Undang-Undang dan menghindari sanksi, namun sudah menjelma menjadi komitmen perusahaan.

Pada dasarnya kewajiban pelaksanaan CSR oleh pemerintah kepada perusahaan merupakan upaya untuk mendorong perusahaan ikut andil dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun seiring berjalannya waktu, kewajiban ini disadari oleh perusahaan, mampu memberikan dampak positif bagi posisi perusahaan itu sendiri. Poerwanto (2010: 21) menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial, adalah jiwa perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan bisnis yang mencakup citra perusahaan, promosi, meningkatkan penjualan,

membangun percaya diri, loyalitas karyawan, serta keuntungan. Pelaksanaan kegiatan CSR tidak hanya dipandang sebagai kegiatan mendermakan sebagian laba perusahaan ataupun kegiatan mengeluarkan uang dengan cuma-cuma, namun sebagaimana tersebut diatas, kegiatan CSR mampu memberikan imbal balik yang cukup positif terhadap operasional dan keberlangsungan hidup perusahaan. Besaran laba yang telah dikeluarkan perusahaan melalui berbagai bentuk kegiatan, dapat diterima kembali oleh perusahaan dalam bentuk lain yang nilainya dapat lebih besar. Poerwanto (2010: 21) juga menjelaskan bahwa dalam konteks lingkungan eksternal, tanggung jawab sosial berperan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat seperti kesempatan kerja dan stabilitas sosial-ekonomi-budaya. Melalui program tanggung jawab sosial, selain berdampak pada internal perusahaan, dapat memberikan kebermanfaatn pula bagi lingkungan eksternal perusahaan.

Nor Hadi (2014: 31) menjelaskan bahwa perusahaan merupakan keluarga besar yang memiliki tujuan dan target yang hendak dicapai, yang berada ditengah masyarakat yang lebih besar (*community*)". Sebagai sub sistem dari berbagai sistem yang ada di masyarakat, perusahaan harus membangun sebuah pola interaksi yang teratur dan baik sehingga hubungan dengan berbagai hal diluar perusahaan dapat dikendalikan dengan baik. Perusahaan, masyarakat dan lingkungan merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Perusahaan akan mampu bertahan hidup jika ketersediaan sumber daya alam terjaga serta kinerja karyawan yang maksimal, selain itu tidak adanya gejala dari masyarakat luar akan sangat berpengaruh pada kemampuan perusahaan

dalam mencapai tujuan-tujuannya. Masyarakat pun demikian, dengan beroperasinya sebuah perusahaan akan mampu membantu meningkatkan ekonomi masyarakat. Pengelolaan lingkungan yang berwawasan, akan berdampak pada kelestariannya pula, karena akan selalu terjadi pembaharuan lingkungan.

“Dengan tanggung jawab sosial korporat itu, dirumuskan apa yang dilakukan perusahaan untuk meraih dan menikmati kepercayaan komunitas sehingga bisa menghasilkan kesejahteraan ekonomi dan merespons dinamika perbaikan lingkungan. Karena itu, sesungguhnya tanggung jawab sosial ini bukan perilaku yang secara etis diharapkan dijalankan perusahaan melainkan justru merupakan kepentingan perusahaan itu sendiri”. Yosol Iriantara (2013: 50)

Di Indonesia, pemerintah ikut mengambil posisi dalam dunia bisnis melalui perusahaan dibawah kepemilikan negara atau sering dikenal dengan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Perusahaan milik negara ini bergerak diberbagai sektor mulai dari pertanian, peternakan, pertambangan, kelistrikan, jasa, rumah industri, perdagangan, telekomunikasi dan usaha lainnya. Sebagai perusahaan komersil, keuntungan menjadi tujuan utama bagi BUMN untuk menjalankan seluruh kegiatan operasionalnya. Namun sebagai perusahaan milik pemerintah, BUMN memiliki peran ganda selain sebagai perusahaan *profit oriented* seperti yang telah disebutkan sebelumnya, juga menjelma sebagai alat negara yang berfungsi sebagai pembangun sosial dan institusi sosial. Peran sebagai institusi sosial dibuktikan melalui keterlibatan dalam segala bentuk upaya negara terkait pembangunan ekonomi berkelanjutan yang ditujukan untuk kesejahteraan

masyarakat. BUMN diibaratkan sebagai tangan kiri negara dalam proses perwujudan pembangunan negara yang berorientasi pada kepentingan masyarakat.

Sejalan dengan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang didalamnya menyebutkan dan menjelaskan terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan perseroan, pada BUMN juga memiliki Undang-Undang No. 19 tahun 2003 tentang BUMN dan Permen-05/MBU/2007 yang mengkaji secara rinci terkait Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. Program ini memiliki konsep yang sama dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan seperti tersebut dalam UUPT. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) hanya ada pada perusahaan BUMN. Pelaksanaan CSR atau dikenal dengan PKBL pada BUMN menarik untuk dikaji, hal ini karena posisi BUMN sebagai perusahaan “plat merah” yang berada pada lini pertama sebagai penerima dan pelaksana kebijakan pemerintah. Oleh karena itu pelaksanaan PKBL menjadi suatu kewajiban hukum (*legal mandatory*) yang harus dilaksanakan sebagai tindakan kepatuhan hukum, baik dilakukan secara sukarela (*voluntary*) ataupun terpaksa. Pada BUMN PKBL terdiri dari 2 kegiatan yakni Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. Program Kemitraan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri. Sedangkan Bina Lingkungan berupa program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN.

PT Industri Kereta Api (INKA) merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dibidang produksi transportasi kereta api. PT Industri Kereta Api

(INKA) merupakan pengembangan dari Balai Yasa Lokomotif Uap Madiun yang dimiliki oleh PJKA. Sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara, PT INKA berkewajiban melaksanakan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan sesuai yang diamanatkan Permen BUMN, sebagai wujud bakti pada negeri dalam upaya ikut mensejahterakan masyarakat. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan pada PT INKA Madiun telah dilaksanakan sejak tahun 1990-an. Pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN), pelaksanaan PKBL menjadi salah satu tolak ukur kinerja direksi sehingga secara otomatis pelaksanaannya haruslah dibawah pengelolaan yang baik. Selain itu, mengingat dampak positif yang dapat diterima oleh perusahaan sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, menjadi alasan pendukung bahwa pelaksanaan PKBL haruslah dikelola dengan baik tidak hanya sebagai pemenuhan kewajiban UU dan penilaian kinerja direksi namun juga sebagai upaya menciptakan hubungan baik dengan masyarakat.

Sejauh ini, PT Industri Kereta Api Madiun telah melaksanakan beberapa kegiatan PKBL (Industri Kereta Api, 2017) antara lain pada tahun 2014 kegiatan Bina Lingkungan PT INKA sebagai berikut ini :

- a. Bantuan pendidikan dan/atau pelatihan: Sponsorship Jambore ke Blitar, Bantuan kepada SDN 02 Klegen dan Universitas Merdeka Madiun.
- b. Bantuan peningkatan kesehatan: Pemberian bantuan kepada PMI dan Pemeriksaan Kesehatan Gratis.
- c. Bantuan sarana / prasarana umum: Bantuan untuk instalasi air bersih korban G. Kelud.

- d. Bantuan pelestarian alam: Penghijauan lingkungan sekitar PT INKA, Penanaman pohon bambu & pucuk merah.
- e. Bantuan sarana ibadah: Bantuan dana kepada beberapa masjid & mushola serta panti asuhan.

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti tertarik untuk mengetahui terkait pengelolaan program CSR atau lebih dikenal dengan istilah Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) pada BUMN PT Industri Kereta Api Madiun yang telah dilaksanakan sejauh ini. Penulis memfokuskan penelitian pada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) dengan mengambil judul “EVALUASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA BUMN MELALUI PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA LINGKUNGAN PADA PT INDUSTRI KERETA API MADIUN.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana pengelolaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan pada PT Industri Kereta Api Madiun sejauh ini ?

C. Tujuan

Untuk mengetahui pengelolaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan pada PT Industri Kereta Api Madiun.

D. Manfaat

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang *Corporate Social Responsibility* (CSR). Selain itu, melalui penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih pemikiran dalam rangka memperluas khazanah pengetahuan dalam ranah ilmu komunikasi terutama dalam hal penerapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan BUMN.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan atau bahan pertimbangan bagi perusahaan terkait, dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaannya, sehingga diharapkan kegiatan-kegiatan kedepan dapat dilaksanakan secara maksimal serta pesan dapat disampaikan dengan baik dan tujuan dicapai secara optimal. Diharapkan pula, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian terkait program *Corporate Social Responsibility* pada BUMN kedepannya.