

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

PT. PLN (Persero) adalah salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), perusahaan yang bergerak dalam bidang energi listrik untuk kehidupan masyarakat yang lebih baik. PT. PLN (Persero) telah berkomitmen menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat, mengupayakan tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi dan menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan. Sebagai perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) maka PT. PLN (Persero) wajib untuk melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* melalui program “PLN PEDULI”. Salah satu program *Corporate Social Responsibility* “PLN PEDULI” adalah melalui program pendidikan tujuannya adalah membantu mencerdaskan masyarakat dan mengurangi angka putus sekolah.

Sejatinya pendidikan merupakan hak seluruh warga Negara, seperti yang telah dijelaskan menurut Undang-Undang Negara Republik Indonesia bahwa pendidikan merupakan salah satu faktor utama untuk mencapai kemakmuran suatu Negara sebagaimana diatur secara tegas dalam pasal 31 ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945 yang menyatakan bahwa setiap warga Negara berhak mendapat pendidikan. Pada kenyataannya, pendidikan yang di gadang-gadangkan oleh pemerintah dapat diperoleh oleh seluruh kalangan masyarakat hanya menjadi sebatas mimpi karena permasalahan yang kompleks dalam dunia pendidikan di Indonesia. Banyak anak-anak usia sekolah di Indonesia yang justru harus putus sekolah dan tidak bisa melanjutkan pendidikannya. Disisi lain pendidikan merupakan aset dari suatu bangsa untuk membentuk Sumber Daya Manusia yang berkualitas. Melalui pendidikan Sumber Daya Manusia yang berkualitas mampu membawa sebuah bangsa menjadi maju dan unggul dalam persaingan global (Sumber: [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com)). Pendidikan bukan hanya tanggung jawab pemerintah tetapi tanggung jawab semua pihak, oleh karena itu PT. PLN (Persero)

sebagai perusahaan Badan Usaha Milik Negara berupaya membantu mengurangi angka putus sekolah dan meningkatkan kualitas pendidikan melalui program *Corporate Social Responsibility* Sekolah gratis SMK Informatika Utama.

Selain program pendidikan PT. PLN (Persero) juga ikut berperan aktif dalam menjaga dan melestarikan lingkungan melalui program Kemitraan dan Bina Lingkungan Bank Sampah Anyelir. Jakarta dengan sifat penduduk yang heterogen dan acuh menyebabkan timbulnya beberapa masalah baik dari sisi ekonomi, sosial maupun lingkungan. Salah satunya yaitu masalah sampah. Dalam sehari, kurang lebih 7.500 ton sampah dihasilkan dari aktivitas penduduknya. Data Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta menyebutkan bahwa persentase sampah Jakarta terdiri dari 59 persen sampah organik, 15 persen kertas, 14 persen plastik, dan 17 persen lainnya. Dari jumlah sampah Jakarta tersebut, 79 persen diangkut dan diolah ke PTSP Bantargebang. Sisanya, sebanyak 21 persen tidak terangkut. Menurut riset dari Waste4Change bahwa dari hasil survei menyebutkan, 74 persen masyarakat menumpuk dan membuang sampahnya, 19 persen memilahnya, dan 2 persen membakar (Sumber: [www.liputan6.com](http://www.liputan6.com)) permasalahan sampah di ibu kota bukan hanya tanggung jawab pemerintah dan masyarakat DKI Jakarta melainkan tanggung jawab kita bersama oleh karenanya PT. PLN (Persero) melalui *Corporate Social Responsibility* program Kemitraan dan Bina Lingkungan bekerjasama dengan Bank Sampah Anyelir sebagai mitra untuk bersama-sama mengurangi masalah sampah di Jakarta khususnya di Kelurahan Batu Ampar.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia dilatar belakangi oleh dukungan pemerintah, yaitu dengan diterbitkannya Undang-Undang no. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mewajibkan perusahaan yang bergerak di bidang atau yang berkaitan dengan sumber daya alam dan Undang-Undang nomor 25 tahun 2007 tentang penanaman modal. Kedua Undang-Undang ini secara tegas mewajibkan bahwa perusahaan

harus melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* sebagai tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan.

*Corporate Social Responsibility* merupakan inti dari etika bisnis yang kini keberadaannya menjadi pertimbangan perusahaan dalam mempertahankan eksistensinya di pasar modal. Perusahaan semakin menyadari bahwa tujuan perusahaan tidak dicapai hanya melalui pertumbuhan dan laba. Namun, *Corporate Social Responsibility* juga diperlukan untuk menunjang keberhasilan perusahaan agar dapat bertahan dan berkembang. Hal tersebut memicu perusahaan berlomba-lomba menciptakan keunggulan kompetitif dan berbaur dengan lingkungan demi meningkatkan citra perusahaan yang akan turut mempengaruhi kinerja keuangan sehingga lebih menarik sebagai target investasi.

Adapun pengertian *Corporate Social Responsibility* menurut Untung (2014:1-2), dalam bukunya yang berjudul *CSR dalam Dunia Bisnis* ia menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan bagi kepedulian sosial maupun tanggung jawab lingkungan dengan tidak mengabaikan kemampuan dari perusahaan. Pelaksanaan kewajiban itu harus memperhatikan dan menghormati tradisi budaya masyarakat disekitar lokasi kegiatan usaha tersebut. *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu konsep bahwa perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Suatu perusahaan dalam melakukan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak hanya berdasarkan faktor keuangan belaka seperti halnya keuntungan atau dividen, melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dilingkungan untuk saat ini maupun jangka panjang.

Pentingnya program *Corporate Social Responsibility* PT. PLN (Persero) ini tentunya harus dilakukan dengan pengelolaan yang tepat dan terstruktur, agar seluruh kegiatan *Corporate Social Responsibility* “PLN PEDULI” dapat berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan. Dengan adanya pengelolaan yang tepat dan terstruktur maka dampak positif dari program *Corporate Social*

*Responsibility* “PLN PEDULI” dapat dirasakan oleh berbagai pihak baik masyarakat, pemerintah maupun perusahaan.

PT. PLN (Persero) telah melakukan program *Corporate Social Responsibility* “PLN PEDULI” banyak meraih apresiasi penghargaan di bidang *Corporate Social Responsibility* diantaranya Nusantara CSR Awards, Apresiasi CSR oleh sindo media, Indonesia Green Awards (IGA), dan yang terbaru adalah penghargaan dari Indonesia SDGs Awards (ISDA) 2018 pada tanggal 8 September 2018 yang digelar oleh *Corporate Forum For Community Development* (CFCD). *Corporate Forum For Community Development* (CFCD) adalah forum bersifat independen yang dibentuk sebagai wadah komunikasi bagi para pelaku *Corporate Social Responsibility* dan penggiat pemberdayaan masyarakat, Penghargaan ini akan diberikan pada dunia usaha dan institusi yang menjalankan *best practice* tercapainya SDGs. Di Indonesia sendiri SDGs (Sustainable Development Goals) sudah ada Peraturan Presidennya tepatnya PerPres No 59 tahun 2017 tentang pelaksanaan pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs). Penghargaan ini merupakan salah satu bukti bahwa pengelolaan program *Corporate Social Responsibility* “PLN PEDULI” telah berhasil sesuai dengan tujuan perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“PENGELOLAAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) “PLN PEDULI” (Studi Kasus di PT. PLN (Persero) Kantor Pusat Jakarta)”**

## **1.2 Fokus Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada pengelolaan program *Corporate Social Responsibility*.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas yang menjadi rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Mengapa PT. PLN (Persero) melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility*?
2. Bagaimana upaya pengelolaan program *Corporate Social Responsibility* PT. PLN (Persero)?
3. Apa saja hambatan dalam program *Corporate Social Responsibility* pada PT. PLN (persero)?
4. Bagaimana cara mengatasi hambatan program *Corporate Social Responsibility* pada PT. PLN (persero)?
5. Apa saja faktor-faktor yang dianggap penting dalam keberhasilan program *Corporate Social Responsibility* tersebut?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui tujuan PT. PLN (Persero) dalam membuat kegiatan *Corporate Social Responsibility*.
2. Untuk mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan PT. PLN (Persero) dalam mengelola program *Corporate Social Responsibility*.
3. Untuk mengetahui hambatan yang terjadi pada saat melakukan program
4. Untuk mengetahui cara penyelesaian hambatan pada saat melakukan program *Corporate Social Responsibility*.
5. Untuk mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting dalam keberhasilan program *Corporate Social Responsibility* PT. PLN (Persero).

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang bisa diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **A. Manfaat Teoritis**

1. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan mengenai program *Corporate Social Responsibility* khususnya bagi mahasiswa *public relations*.



2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian berikutnya dalam bidang komunikasi *public relations* khususnya dalam bidang *Corporate Social Responsibility*.

## **B. Manfaat Praktis**

1. Memberikan gambaran serta masukan untuk evaluasi kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. PLN (Persero).
2. Memberikan pemahaman pada dunia usaha tentang pentingnya program *Corporate Social Responsibility* guna meningkatkan atau mempertahankan citra perusahaan dimata masyarakat serta sebagai investasi jangka panjang bagi perusahaan.
3. Memberikan pengetahuan tentang kerjasama yang saling menguntungkan antara perusahaan dan masyarakat melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility*.
4. Sebagai bahan informasi dan referensi untuk melakukan kegiatan
5. Memperluas wawasan pembaca dengan adanya kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh PT. PLN (Persero)

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistem penulisan dibuat guna membantu penulis menggunakan proses penelitian dan mengikuti struktur yang telah ada berdasarkan kerangka ilmiah bagi sebuah skripsi, yaitu sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

#### **BAB II KAJIAN TEORITIS**

Berisikan teori dan konsep-konsep yang berhubungan terhadap permasalahan yang diteliti. Konsep komunikasi dalam *public relations*, tujuan *public*

*relations*, definisi *Corporate Social Responsibility*, manfaat *Corporate Social Responsibility*, pengelolaan program *Corporate Social Responsibility* serta kerangka berfikir.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini merupakan metode penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, penentuan *informan*, teknik analisis data, teknik keabsahan data, serta waktu dan lokasi penelitian.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi mengenai deskripsi objek penelitian, hasil penelitian, serta pembahasan.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dari keseluruhan penelitian, serta saran yang diberikan oleh penulis.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi judul buku, jurnal, dan bahan-bahan penerbitan lainnya yang dilengkapi dengan tahun terbit, nama pengarang, dan informasi seputar berbagai sumber yang digunakan.

### **LAMPIRAN**

