

BAB 1

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini banyak perusahaan berloba-lomba untuk dapat memperoleh keunggulan dalam persaingan bisnis. Setiap perusahaan harus mampu membangun suasana kondusif antara *stakeholder* perusahaan, baik internal maupun eksternal dalam rangka membangun citra dan reputasi. Publik internal maupun eksternal yang terdapat didalam suatu perusahaan antara lain, karyawan, pemegang saham, manajemen, dan keluarga karyawan. Sedangkan publik eksternal yang berada diluar perusahaan antra lain, konsumen, penyalur, pemasok, bank, pemerintah, pesaing, komunitas dan pers.

Terciptanya hubungan yang baik dalam sebuah perusahaan dibutuhkan seorang *public relations* untuk dapat membina hubungan baik dengan publiknya, baik itu internal maupun eksternal. *Public relations* merupakan keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik atau *goodwill* dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan khalayaknya.

Di dalam instansi perusahaan swasta peran *public relations* merupakan suatu posisi yang sangat penting dalam perusahaan yang menghubungkan antara lembaga atau organisasi yang diwakilinya dengan publiknya yang ikut menentukan keberlangsungan hidup lembaga tersebut.

Tugas utama *public relations* adalah untuk membangun dan meningkatkan citra atau *image* yang baik terhadap masyarakat luas. Maka dari itu seorang *public relations* harus mengetahui fungsi dan kegiatan yang harus dilakukan. *Public relations* menjalankan fungsi manajemen yaitu mengevaluasi opini, sikap dan perilaku publik, merencanakan serta melaksanakan program-program perusahaan seperti *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kegiatan-kegiatan perusahaan lainnya untuk membangun dan meningkatkan citra perusahaan.

Penerapan kegiatan CSR semakin “menguat” setelah dinyatakan dengan tegas di dalam UU PT No. 40 Tahun 2007 yang mengemukakan bahwa, “PT yang

menjalankan usaha di bidang dan atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan". (UU PT No. 40 Tahun 2007, Pasal 74 ayat 1). Terkait dengan penjabaran Undang-undang tentang pentingnya pelaksanaan program CSR bagi perusahaan maka setiap perusahaan diwajibkan menjalankan program CSR.

Di negara maju *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab setiap perusahaan untuk menjadikan kesejahteraan masyarakat disekitarnya sebagai salah satu tujuan utama perusahaan tersebut. Bagi masyarakat kehadiran CSR sangatlah membantu bagi keberlangsungan kehidupan, terjalin hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan masyarakat atau khalayaknya. Apabila perusahaan mendapatkan citra yang positif maka perusahaan tersebut dapat mempertahankan eksistensi perusahaan. Sedangkan masyarakat diuntungkan dengan adanya program CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan.

CSR merupakan bagian aktivitas dari *public relations*, salah satu fungsi *public relations* adalah membina hubungan yang baik dengan berbagai *stakeholder*. Dalam hal ini CSR merupakan aktivitas *public relations* yang berkomitmen dengan kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan. CSR merupakan hal penting bagi perusahaan karena dengan diadakannya kegiatan CSR dapat meningkatkan citra perusahaan dimata masyarakat atau khalayak sehingga keberadaan perusahaan dapat diterima dengan baik.

Penelitian terdahulu yang sejenis dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai CSR dilakukan oleh Utami, Suharti Sri, dan Barbara Gunawan, (Vol. 7, No 2, September 2008, hlm. 174-185) Hasil penelitian ini adalah Pertama, *Corporate Social Responsibility*, persentase kepemilikan manajemen, tipe industri, dan variabel-variabel yang berinteraksi dalam riset ini memiliki impikasi pada nilai perusahaan secara simultan, Kedua, *Corporate Social Responsibility* memiliki implikasi positif terhadap nilai perusahaan, dan Ketiga, persentase kepemilikan manajemen dan jenis industri tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu lainnya mengenai CSR dilakukan oleh Barham Siregar, (Vol. 6, No 1, April 2013) Salah satu upaya untuk meningkatkan keseimbangan lingkungan adalah melalui Program Tanggung Jawab Sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Program Tanggung Jawab Sosial yang dilaksanakan PT. Adira Finance perlu dievaluasi dengan adanya suara sumbang dari sebagian *stakeholder* dan masyarakat. Untuk itu perlu diadakan penelitian di Kelurahan Satria Kecamatan Binjai Kota, Kota Binjai sebagai daerah yang terkena dampak langsung dengan beroperasinya. Tipe penelitian adalah deskriptif kualitatif. Data primer yang diperoleh adalah dari hasil wawancara dan kuesioner kepada 40 anggota masyarakat dan observasi atau pengamatan langsung. PT. Adira Finance telah melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* yaitu pelestarian Lingkungan, mendukung program peningkatan kesadaran lingkungan. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan di Kelurahan Satria Kecamatan Binjai Kota PT. Adira Finance mengadakan program penghijauan dengan menanam 400 pohon mahoni.

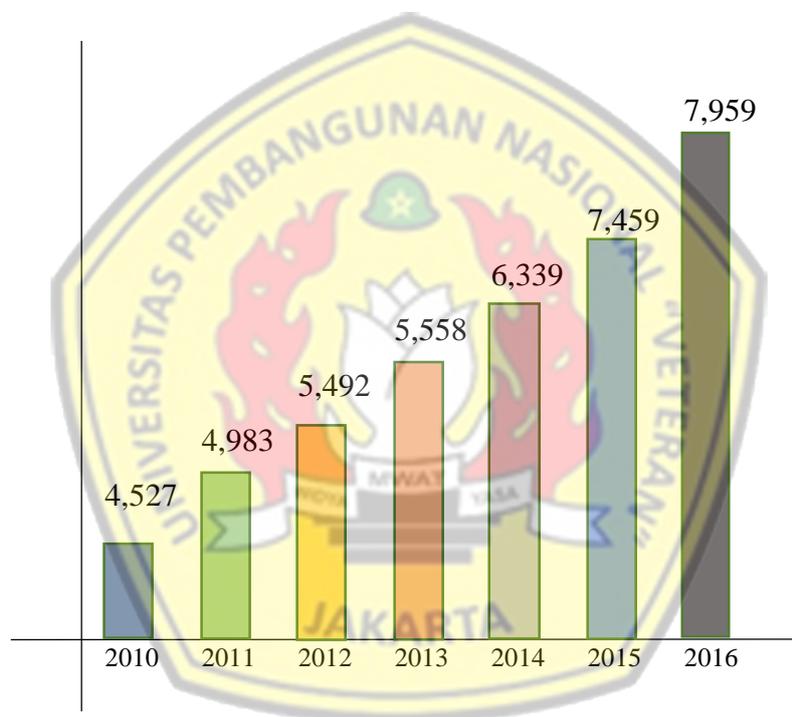
Salah satu perusahaan yang menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah PT. Federal International Finance atau yang lebih dikenal dengan FIFGROUP. Sesuai dengan visi FIFGROUP yang bersumber dari FIFGROUP yaitu memastikan FIFGROUP menjadi perusahaan yang dikagumi serta memberikan nilai tambah bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Dengan misi meningkatkan kualitas hidup masyarakat di sekitar lingkungan kantor, membangun hubungan yang harmonis dengan komunitas sekitar lingkungan kantor, menciptakan *image* perusahaan yang positif bagi masyarakat dan menciptakan lingkungan kerja yang nyaman, aman, dan sehat bagi karyawan. FIFGROUP adalah grup manajemen dari beberapa perusahaan yang memiliki unit bisnis yang berbeda-beda. FIFGROUP saat ini menaungi PT Federal International Finance dan PT Astra Multi Finance.

Berbagi dan memberi adalah filosofi yang mendasari itikad FIFGROUP untuk berpartisipasi aktif di dalam kegiatan-kegiatan yang bersentuhan langsung dengan masyarakat dan lingkungan hidup. Hal ini tercermin dari misi FIFGROUP yakni “membawa kehidupan yang lebih baik untuk masyarakat”. Bagi FIFGROUP, keberadaannya haruslah membawa manfaat luas, dan hal ini diwujudkan salah

satunya melalui program-program tanggung jawab sosial. Semua tanggung jawab sosial ini di terapkan oleh departemen *Corporate Social Responsibility* atau CSR.

FIFGROUP memiliki berbagai empat macam kegiatan program sosial yang diterapkan oleh CSR antara lain adalah Lingkungan Hidup, Kesehatan, Pemberdayaan Ekonomi dan Pendidikan. Fokus dalam penelitian ini menitik beratkan pada program pilar pendidikan yaitu “Jam Sosial FIFGROUP Mengajar”.

Berikut grafik kenaikan pendapatan FIFGROUP sebelum diimplementasikannya program CSR pada tahun 2010 dan tahun 2016 saat sudah diterapkan program CSR:



Sumber: Annual Report FIFGROUP

Gambar 1 Grafik Kenaikan Pendapatan Sebelum dan Sesudah di Implementasikan Program CSR.

Pendidikan sangatlah berperan penting dalam kehidupan manusia. Semua kalangan masyarakat berlomba-lomba dalam menjajaki dunia pendidikan. Pendidikan adalah pembelajaran pengetahuan, keterampilan dan kebiasaan sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui pengajaran, pelatihan atau penelitian. Pendidikan sering terjadi dibawah bimbingan orang lain, tetapi juga memungkinkan secara otodidak. Setiap pengalaman yang memiliki efek formatif pada cara orang berfikir, merasa atau tindakan dapat dianggap pendidikan. Pendidikan umumnya dibagi menjadi tahap seperti prasekolah, sekolah dasar, sekolah menengah dan kemudian perguruan tinggi.

Jam Sosial FIFGROUP Mengajar adalah kegiatan belajar mengajar yang di bantu oleh para karyawan yang berkontribusi langsung dalam kegiatan CSR, materi-materi yang diberikan adalah materi atau pembelajaran yang tidak didapatkan di sekolah. Materi yang diajarkan dalam program ini yaitu, *Safety Riding*, Kesehatan Umum, Antisipasi Bencana Alam dan Literasi Keuangan. Program ini sudah di terapkan sejak tahun 2011. Sekolah yang dituju dari tingkat SD, SMP, SMA dan SMK yang berada di sekitar ruang lingkup perusahaan ring satu lingkungan kerja perusahaan (Cabang maupun HO).

FIFGROUP merupakan perusahaan jasa keuangan yang membiayai kendaraan sepeda motor baru maupun bekas, sehingga para masyarakat dapat dengan mudah membeli kendaraan sepeda motor dengan menggunakan jasa keuangan FIFGROUP, dengan begitu semakin banyak para pelajar yang mengendarai kendaraan sepeda motor untuk alat transportasi ke sekolah, tetapi sebagian besar para pelajar tidak memahami bagaimana cara aman berkendara dan sebagian besar malah membahayakan diri sendiri. Untuk meningkatkan pengetahuan *safety riding* pelajar, pihak CSR FIFGROUP memberikan materi pengajaran *Safety Riding* di dalam program Jam Sosial FIFGROUP Mengajar.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu lainnya mengenai Meningkatkan Pengetahuan dilakukan oleh Nandipinta, Nisaulmahmudah (2013) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh peragaan keamanan berkendara (*safety riding*) terhadap pengetahuan disiplin berlalu lintas pada siswa kelas V SD Ta'mirul Islam Surakarta, serta untuk mengetahui tingkat pengetahuan disiplin berlalu lintas

pada siswa kelas V SD Ta'mirul Islam Surakarta sebelum atau sesudah diberikan peragaan keamanan berkendara (*safety riding*). Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah peragaan keamanan berkendara (*safety riding*) meningkatkan pengetahuan disiplin berlalu lintas pada siswa kelas V SD Ta'mirul Islam Surakarta terbukti. Subyek dalam penelitian ini sebanyak 17 orang. Sampel ini diambil dari siswa kelas V SD Ta'mirul Islam Surakarta angkatan 2012/2013 yang berjumlah 178 orang. Sedangkan cara yang digunakan untuk mengambil sampel adalah purposive random sampling, dengan subjek yang memenuhi karakteristik sebagai berikut : a) Siswa kelas V SD Ta'mirul Islam Surakarta. b) Memiliki skor pengetahuan disiplin berlalu lintas sedang dan agak tinggi pada saat screening. Rancangan eksperimen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pre test and post test design. Sedangkan alat pengumpul data menggunakan skala pengetahuan disiplin berlalu lintas dengan metode analisis data Wilcoxon match pairs test. Hasil analisis data menunjukkan hipotesis diterima, yaitu nilai p sebesar 0,0045 ($p < 0,01$) menginterpretasikan bahwa ada perbedaan yang sangat signifikan pada tingkat pengetahuan disiplin berlalu lintas sesudah dan sebelum diberikan peragaan keamanan berkendara (*safety riding*). Sedangkan pada peringkat rerata pengetahuan disiplin berlalu lintas pada saat pre test dan post test terdapat perbedaan yaitu rerata pre test sebesar 20,35 sedangkan untuk post test sebesar 22,06 sehingga terjadi selisih sebesar 1,71. Hasil ini menunjukkan kenaikan yang sangat signifikan antara tingkat pengetahuan disiplin berlalu lintas sebelum (pre test) dan sesudah (post test) diberikan peragaan keamanan berkendara (*safety riding*).

Safety riding merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk meminimalisir tingkat bahaya dan memaksimalkan keamanan berkendara, demi menciptakan suatu kondisi dimana pengendara berada pada titik tidak membahayakan pengendara lain.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas penulis tertarik meneliti di perusahaan PT. Federal International Finance karena dari beberapa perusahaan yang bergerak dibidang jasa pembiayaan sepeda motor FIFGROUP lah yang sudah menjalankan tanggung jawab sosialnya yaitu menerapkan berbagai macam tanggung jawab sosial yang di implementasikan langsung oleh Departemen *Corporate Social Responsibility* (CSR). Di dalam CSR FIFGROUP, tim menerapkan beberapa macam kegiatan atau program sosial salah satunya adalah program CSR

Jam Sosial FIFGROUP Mengajar dalam meningkatkan pengetahuan *safety riding* pelajar. Tim CSR FIFGROUP membuat program ini di karenakan setiap harinya banyak korban kecelakaan sepeda motor pada remaja atau pelajar yang disebabkan karena kurangnya pengetahuan *safety riding*. Berdasarkan catatan Dilantas Mabes Polri sepanjang 2010-2017, diketahui ada sekitar 176.000 anak menjadi korban kecelakaan di jalan raya. Artinya, setiap harinya terdapat 85 anak berumur di bawah 18 tahun yang jadi korban kecelakaan. Di sisi lain, anak-anak di bawah umur yang menjadi pelaku kecelakaan ternyata juga cukup memprihatinkan. Dikarenakan minimnya pengetahuan *safety riding* pada anak dibawah umur. Dalam rentang waktu yang sama, sedikitnya tercatat 27.000 anak-anak yang memicu terjadinya kecelakaan di jalan. Di Indonesia, jumlah kendaraan bermotor yang meningkat setiap tahunnya dan kelalaian manusia, menjadi faktor utama terjadinya peningkatan kecelakaan lalu lintas. Sebagai perusahaan jasa pembiayaan sepeda motor, maka FIFGROUP memberikan sebuah program pendidikan yang mengajarkan atau mengarahkan dan mensosialisasikan para pelajar tentang materi *safety riding* dan mengajarkan betapa pentingnya keselamatan berlalu lintas.

Pada penelitian ini penulis memfokuskan penelitian pada proses Program Jam Sosial FIFGROUP Mengajar yang di implementasikan pada pilar pendidikan CSR FIFGROUP.

Maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Peran Program Corporate Social Responsibility “Jam Sosial FIFGROUP Mengajar” Dalam Meningkatkan Pengetahuan Safety Riding Pelajar (Studi Kasus PT. Federal International Finance Jakarta)**

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Mengapa Program *Corporate Social Responsibility* “Jam Sosial FIFGROUP Mengajar” Dalam Meningkatkan Pengetahuan *Safety Riding* Pelajar (Studi Kasus PT. Federal International Finance Jakarta)?
2. Bagaimana Peran Program *Corporate Social Responsibility* “Jam Sosial FIFGROUP Mengajar” Dalam Meningkatkan Pengetahuan *Safety Riding* Pelajar (Studi Kasus PT. Federal International Finance Jakarta)?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian dalam penulisan ini adalah:

1. Untuk mengetahui Mengapa Peran Program *Corporate Social Responsibility* “Jam Sosial FIFGROUP Mengajar” Dalam Meningkatkan Pengetahuan *Safety Riding* Pelajar (Studi Kasus PT. Federal International Finance Jakarta)
2. Untuk mengetahui Bagaimana Peran Program *Corporate Social Responsibility* “Jam Sosial FIFGROUP Mengajar” Dalam Meningkatkan Pengetahuan *Safety Riding* Pelajar (Studi Kasus PT. Federal International Finance Jakarta)

I.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini mempunyai beberapa manfaat, antara lain:

I.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian yang dilakukan penulis, diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan seputar *Public Relation* terutama *Corporate Social Responsibility* (CSR) di bidang pendidikan.

I.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan evaluasi bagi PT.Federal International Finance atau FIFGROUP terutama pada bidang *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada pilar pendidikan.

I.5 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh suatu gambaran yang lebih jelas mengenai isi dari pembahasan laporan ini, secara garis besar disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II KAJIAN TEORITIS

Bab ini berisikan tentang uraian teori–teori dasar yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan, definisi koseptual dan kerangka berpikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan mengenai desain penelitian dengan pendekatan dan jenis penelitian, metode pengumpulan data, penentuan *Key Informan* dan *Informan*, metode analisis data, teknik keabsahan data, waktu dan lokasi penelitian, tahapan kegiatan penelitian serta fokus penelitian.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang penguraian umum secara mendalam, serta sasaran penelitian berupa objek dan lokasi penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Pembahasan yaitu mengungkapkan jawaban serta solusi yang mengacu pada tujuan penelitian. Serta profil perusahaan tempat penelitian masuk ke dalam bab ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini memuat mengenai kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.