

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Signifikansi Penelitian

Pada era sekarang ini konsumen dan *stakeholder* semakin cerdas dan kritis dalam menentukan pilihannya. Serta di zaman ini, dunia teknologi semakin berkembang pesat sehingga masyarakat dapat memperoleh peluang besar dan akses terhadap informasi. Hal itu mengharuskan perusahaan-perusahaan untuk tidak hanya memfokuskan diri pada teknis dan keuntungan finansial saja dalam menjalankan usahanya, melainkan faktor-faktor *intangible* seperti reputasi juga menjadi hal yang perlu diperhatikan. Menurut Carfi (2004) reputasi dan kepercayaan adalah segalanya. Alasannya, melalui reputasi kita akan memberi kepercayaan terhadap suatu produk. Buah reputasi adalah nama baik dan akhirnya adalah kepercayaan. Semakin baik reputasi suatu perusahaan maka semakin besar kepercayaan masyarakat.

Persaingan bisnis di era modern ini pun sangat ketat, seperti yang dirasakan oleh PT FIFGroup sebagai salah satu perusahaan pembiayaan terkemuka dari grup Astra yang ada di Indonesia. Dilansir dalam berita Radar Semarang tanggal 30 Oktober 2017, Imam Suranto selaku Marketing Spektra FIFGroup menuturkan bahwa minat masyarakat menggunakan perusahaan pembiayaan kredit saat ini semakin tinggi. Hal ini tercermin saat acara Satu FIFGroup Bagi Negeri (Safari) yang digelar di lapangan eks Wonderia Semarang. Selama acara berlangsung sebanyak 65% masyarakat mengajukan kredit *handphone*, 25 % elektronik, dan sisanya mengajukan kredit *furniture*. Dari data tersebut peneliti menarik kesimpulan bahwa perusahaan pembiayaan erat kaitannya dengan masyarakat. Kecenderungan masyarakat memilih mengajukan kredit menjadi bukti bahwa perusahaan pembiayaan di Indonesia dekat dengan masyarakat dan menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat.

Banyaknya perusahaan sejenis seperti PT Summit OTO Finance, PT Adira Dinamika Multi Finance, PT Wahana Ottomitra Multiartha (WOM Finance), PT BFI Finance Indonesia Tbk, dan masih banyak lagi perusahaan-perusahaan sejenis yang ada di Indonesia, mengharuskan perusahaan mampu menyiapkan strategi untuk

mengambil hati para konsumen dan *stakeholder*-nya untuk tetap bertahan pada dunia bisnis. Salah satu strategi yang dapat dijalankan oleh perusahaan adalah dengan menjalankan fungsi *public relations* (PR), sebab hubungan yang terjalin antara perusahaan dengan masyarakat dijumpai oleh *public relations*. Fungsi dari *public relations* yakni sebagai praktisi yang menyampaikan aspirasi-aspirasi *stakeholder* kepada perusahaan untuk membangun citra positif, serta membina hubungan baik antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya merupakan tugas seorang praktisi PR.

Keberadaan perusahaan di Indonesia saat ini tidak dapat dipisahkan dari masyarakat sekitar. Perusahaan dengan masyarakat sekitar diibaratkan dengan simbiosis mutualisme yaitu hubungan yang saling menguntungkan satu sama lain. Perusahaan membutuhkan penerimaan dan dukungan dari masyarakat sekitar agar dapat melanjutkan bisnisnya serta dapat menjalankan aktivitas perusahaan secara terus menerus. Sementara masyarakat sekitar membutuhkan bantuan dari perusahaan baik dari segi bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan, maupun pemberdayaan ekonomi masyarakat. Menciptakan kondisi ideal antara perusahaan dengan masyarakat dibutuhkan aktivitas yang dapat memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan maupun masyarakat yaitu melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Menurut (Wibisono 2007: 8), CSR didefinisikan sebagai tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (*triple bottom line*), dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Dalam buku Ilona Vicevonie (2016), menuliskan bahwa program CSR merupakan salah satu kegiatan sosial yang wajib dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang beroperasi di Indonesia. Kewajiban melaksanakan CSR ini ditegaskan dengan adanya Undang-Undang yang mengatur tentang CSR yaitu pasal 74 Undang-undang Perseroan Terbatas (UUPT) yang baru. Terdapat dua Undang-Undang (UU) yang mempertegas bahwa program CSR merupakan kewajiban bagi Perseroan Terbatas, yakni menegaskan tentang CSR UU No.4 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 74 dan UU No.25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal pasal 15,17, dan 34.

Dilansir dalam laman berita CNN yang terbit pada Rabu, 24 Agustus 2017 bahwa PT FIFGroup adalah perusahaan pembiayaan terbesar di Indonesia sudah melaksanakan kewajiban CSR nya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa PT FIFGroup sangat memperhatikan hubungannya dengan publik eksternal, salah satunya dengan masyarakat sekitar atau komunitas melalui kegiatan CSR. Kegiatan CSR di FIFGroup merupakan wujud timbal balik perusahaan bagi lingkungan dan masyarakat Indonesia dimana perusahaan melangsungkan kegiatan usahanya.

Tidak hanya memberikan nilai tambah kepada seluruh pemegang saham dan pemangku kepentingan, pelaksanaan ini juga menggambarkan komitmen perusahaan untuk memelihara keberlanjutan usahanya. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Yulian Warman, *Chief Corporate Communication & EHSSR* FIFGroup yang mengatakan bahwa program FIFGroup Peduli senantiasa dijalankan, karena merupakan misi FIFGroup, ia pun berharap dapat memberi lebih banyak manfaat dan dampak positif bagi masyarakat.

Program FIFGroup Peduli dipastikan berjalan serentak di semua titik operasional FIFGroup yang tersebar di seluruh Indonesia (Sumber: OtomotifZone.com, 31 Januari 2018). Dalam implementasinya, PT FIFGroup mengadaptasi kerangka *Corporate Sosial Responsibility* (CSR), yang terdiri dari 4 pilar utama yaitu pendidikan, kesehatan, pemberdayaan ekonomi masyarakat, dan lingkungan dengan harapan PT FIFGroup ingin membawa masyarakat ke era *better life, better future* (sumber : www.fifgroup.co.id).

Salah satu fokus Program CSR PT FIFGroup adalah di bidang pendidikan. Di laman berita CNN pada Selasa, 18 April 2017 memberitakan bahwa tingginya angka putus sekolah di Indonesia ditandai dengan data UNICEF tahun 2016 yang menemukan sebanyak 2,5 juta anak Indonesia tidak dapat menikmati pendidikan lanjutan yakni sebanyak 600 ribu anak usia Sekolah Dasar (SD) dan 1,9 juta anak usia Sekolah Menengah Pertama (SMP). Begitu pula dengan data statistik yang dikeluarkan oleh BPS (Badan Pusat Statistik) bahwa di tingkat provinsi dan kabupaten menunjukkan terdapat kelompok anak-anak tertentu yang terkena dampak paling rentan yang sebagian besar berasal dari keluarga miskin sehingga tidak mampu melanjutkan pendidikan ke jenjang selanjutnya. Hambatan utama yang dihadapi adalah kemiskinan. Walaupun pemerintah sudah memberlakukan wajib

belajar 12 tahun dan membebaskan uang sekolah serta memberi berbagai kemudahan dan beasiswa, tetapi kemiskinan membuat banyak keluarga memutuskan untuk tidak menyekolahkan anak-anaknya lebih lanjut. Hal ini dapat dipahami mengingat sekolah tidak hanya bayar uang sekolah tapi juga membeli seragam, biaya transport, uang jajan, dan pungutan sekolah.

Berdasarkan website Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan menunjukkan jumlah presentase pendidikan murid putus sekolah dan mengulang banyak dialami khususnya di daerah Jakarta Selatan, yakni sebagai berikut:

Tabel 1. Gambaran Umum Pendidikan SD Kota Jakarta Selatan

TABEL / TABLE : 2
 GAMBARAN UMUM KEADAAN SEKOLAH DASAR TIAP KECAMATAN
 OVERVIEW OF PRIMARY SCHOOL BY SUB DISTRICT
 STATUS SEKOLAH / STATUS OF SCHOOL : NEGERI+SWASTA / PUBLIC+PRIVATE
 TAHUN / YEAR : 2016/2017

SD 16/17

No.	Provinsi Province	Sekolah Schools	Sis wa Pupils	Mengulang Repeaters	Putus Sekolah Drop Outs	KS & Guru HM & Teachers	Tenaga Kependidikan Non-teaching Staff	Rombel Classes	Ruang Kelas Classrooms
1	Kec. Jagakarsa	73	27,318	251	41	1,182	135	927	699
2	Kec. Pasar Minggu	70	21,735	74	27	986	76	754	692
3	Kec. Cilandak	57	19,804	74	22	1,005	87	722	791
4	Kec. Pesanggrahan	49	21,707	90	27	877	91	716	501
5	Kec. Kebayoran Lama	73	23,944	86	20	1,127	88	873	889
6	Kec. Kebayoran Baru	47	11,965	28	4	629	78	453	451
7	Kec. Mampang Prapatan	36	8,236	17	30	428	59	318	295
8	Kec. Pancoran	31	8,748	20	3	356	37	317	309
9	Kec. Tebet	59	15,971	114	18	841	128	619	499
10	Kec. Setia Budi	39	8,516	94	29	458	51	331	319
Kota Jakarta Selatan		534	167,944	848	227	7,889	830	6,030	5,445

Sumber: <http://statistik.data.kemdikbud.go.id>

Tabel 2. Gambaran Umum Pendidikan SMP Kota Jakarta Selatan

TABEL / TABLE : 2
 GAMBARAN UMUM KEADAAN SEKOLAH MENENGAH PERTAMA (SMP) TIAP PROVINSI
 OVERVIEW OF JUNIOR SECONDARY SCHOOL (JSS) BY PROVINCE
 STATUS SEKOLAH / STATUS OF SCHOOL : NEGERI+SWASTA / PUBLIC+PRIVATE
 TAHUN / YEAR : 2016/2017

SMP 16/17

No.	Provinsi Province	Sekolah Schools	Sis wa Pupils	Mengulang Repeaters	Putus Sekolah Drop Outs	KS & Guru HM & Teachers	Tenaga Kependidikan Non-teaching Staff	Rombel Classes	Ruang Kelas Classrooms
1	Kec. Jagakarsa	35	14,164	82	1	663	119	441	464
2	Kec. Pasar Minggu	26	9,819	25	0	440	100	319	335
3	Kec. Cilandak	28	9,931	16	0	520	84	358	437
4	Kec. Pesanggrahan	19	9,171	19	0	351	80	269	272
5	Kec. Kebayoran Lama	33	11,560	36	0	599	155	397	355
6	Kec. Kebayoran Baru	22	9,030	26	0	453	110	294	287
7	Kec. Mampang Prapatan	16	4,323	53	0	232	50	149	144
8	Kec. Pancoran	6	3,013	8	0	135	37	89	93
9	Kec. Tebet	19	6,900	18	0	328	94	224	226
10	Kec. Setia Budi	13	3,636	25	4	161	41	118	119
Kota Jakarta Selatan		217	81,547	308	273	3,882	870	2,658	2,732

Sumber: <http://statistik.data.kemdikbud.go.id>

TABEL / TABLE :2

SMA 16/17

GAMBARAN UMUM KEADAAN SEKOLAH MENENGAH ATAS (SMA) TIAP PROVINSI
 OVERVIEW OF GENERAL SENIOR SECONDARY SCHOOL (GSSS) BY PROVINCE
 STATUS SEKOLAH / STATUS OF SCHOOL : NEGERI+SWASTA / PUBLIC+PRIVATE
 TAHUN / YEAR : 2016/2017

No.	Provinsi Province	Sekolah Schools	Siswa Pupils	Mengulang Repeaters	Putus Sekolah Drop Outs	KS & Guru HM & Teachers	Tenaga Kependidikan Non-teaching Staff	Rombel Classes	Ruang Kelas Classrooms
1	Kec. Jagakarsa	11	4,450	2	0	276	60	139	141
2	Kec. Pasar Minggu	10	4,074	3	0	230	58	134	139
3	Kec. Cilandak	14	4,306	8	0	291	47	161	185
4	Kec. Pesanggrahan	7	4,409	0	0	241	63	126	132
5	Kec. Kebayoran Lama	13	5,100	17	5	320	78	173	180
6	Kec. Kebayoran Baru	20	7,230	35	0	436	104	253	262
7	Kec. Mampang Prapatan	5	1,134	0	0	83	12	44	46
8	Kec. Pancoran	3	1,226	0	0	81	21	41	40
9	Kec. Tebet	11	4,246	1	1	233	72	136	161
10	Kec. Setia Budi	4	2,398	2	0	134	32	69	74
Kota Jakarta Selatan		102	39,130	68	214	2,375	547	1,317	1,369

Sumber: <http://statistik.data.kemdikbud.go.id>

Gambar di atas merupakan tabel statistik pendidikan yang ada di Jakarta Selatan meliputi angka putus sekolah dan juga siswa/siswi yang mengulang. Pendidikan merupakan hal penting dan strategis untuk memperoleh tingkat kesejahteraan ekonomi yang mapan. Membangun dan mengembangkan pendidikan, berarti membangun generasi muda sebagai sumber daya manusia yang profesional. Permasalahan inilah yang menjadi latar belakang PT FIFGroup berkomitmen untuk mengembangkan sektor pendidikan, salah satunya berupa Sekolah Asuh Berwawasan Lingkungan, pelatihan guru, beasiswa, ataupun bantuan infrastruktur, demi mencapai kesejahteraan bangsa Indonesia (Sumber: www.fifgroup.co.id).

Salah satu program CSR di bidang pendidikan yang dilakukan oleh PT FIFGroup adalah Bimbingan Belajar di RPTRA Anggrek & Bahari di Kecamatan Cilandak, Jakarta Selatan bagi murid-murid SD, SMP, dan SMA yang akan menempuh Ujian Nasional. Program ini dilakukan di RPTRA Anggrek & Bahari karena lokasi perusahaan berada di Kecamatan Cilandak, Jakarta Selatan dan PT FIFGroup ingin menjangkau masyarakat yang ada di ring satu perusahaan, dimana perusahaan berdiri. Peningkatan pendidikan anak ini menjadi salah satu fokus program yang dimiliki oleh CSR PT FIFGroup dengan tujuan ingin membantu masyarakat kecil menengah untuk mencapai kehidupan yang lebih baik dengan menerima pendidikan yang setinggi-tingginya.

Alasan peneliti memilih CSR PT FIFGroup dalam program pendidikan ini karena merupakan program yang sangat penting dan masih menjadi prioritas utama program CSR FIFGroup untuk membantu masyarakat melalui program-program pendidikan seperti "Bimbingan Belajar di RPTRA Anggrek & Bahari" demi

terciptanya generasi penerus bangsa yang berpendidikan setinggi-tingginya. Dengan adanya program “Bimbingan Belajar” ini dapat membantu para orangtua untuk memberikan pendidikan terbaik bagi anak-anaknya.

Program CSR PT FIFGroup juga memiliki daya tarik tersendiri yakni karena memiliki prestasi yang cukup baik dalam implementasi CSR yang ditunjukkan dengan adanya penghargaan atau *reward* yang diraih PT FIFGroup dalam berbagai kesempatan. Diantara-nya adalah penghargaan dalam rangkaian Padmamitra Award 2016 dari Menteri Sosial RI, Khofifah Indar Parawansa dalam hal tanggung jawab sosial perusahaan untuk penyelenggaraan kesejahteraan sosial di bidang kemiskinan, 6 penghargaan juga diperoleh di Indonesia Multifinance Award 2016 salah satunya adalah penghargaan dalam kategori CSR, penghargaan dari ajang Sindo Apresiasi CSR 2017 dengan kategori CSR terbaik di bidang pendidikan, kemudian masih di tahun yang sama FIFGroup raih penghargaan Top Leader CSR 2017 dalam kategori *Aligning CSR to Business Strategy dan Top Leader CSR Commitment* dari *Business News*, FIFGroup juga raih penghargaan Indonesia *Corporate Social Responsibility Award* 2018 yang merupakan apresiasi penghargaan tertinggi yang diberikan kepada perusahaan yang terbaik di bidang CSR nya. Penghargaan yang diperoleh PT FIFGroup ini merupakan bukti bahwa kegiatan CSR mereka cukup bagus.

Program CSR ini secara tidak langsung dapat memberikan dampak positif terhadap perusahaan serta persepsi masyarakat terhadap perusahaan akan semakin baik. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul : “IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*-CSR PT FIFGROUP DALAM MENINGKATKAN REPUTASI PERUSAHAAN (Studi Kasus pada PT FIFGroup Peduli Pendidikan di RPTRA Anggrek & Bahari Cilandak, Jakarta Selatan).

I.2 Fokus Penelitian

Untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data serta menjawab permasalahan dalam penelitian yang berjudul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT FIFGroup Dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan (Studi Kasus pada Program Pendidikan di RPTRA Anggrek & Bahari)” maka peneliti memusatkan fokus penelitian melalui studi deskriptif eksploratif. Fokus penelitian ini

yaitu bagaimana pelaksanaan Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT FIFGroup dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan.

I.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Mengapa program CSR Peduli pendidikan “Bimbel di RPTRA Angrek & Bahari” dapat meningkatkan reputasi perusahaan?
2. Bagaimana implementasi *Corporate Social Responsibility*-CSR PT FIFGroup dalam meningkatkan reputasi perusahaan (Studi kasus pada PT FIFGroup Peduli Pendidikan di RPTRA Angrek & Bahari Cilandak, Jakarta Selatan) ?

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui mengapa program tersebut dapat meningkatkan reputasi perusahaan.
2. Untuk mengetahui bagaimana implementasi *Corporate Social Responsibility* PT FIFGroup dalam meningkatkan Reputasi Perusahaan (Studi kasus Program Pendidikan di RPTRA Angrek & Bahari).

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat dibagi peneliti ini adalah :

I.5.1 Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan studi ilmu komunikasi, serta dapat dijadikan literatur ilmiah dan referensi untuk kajian penelitian dalam bidang ilmu komunikasi khususnya pada bidang *Public Relations* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) .

I.5.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran praktis kepada mahasiswa ilmu komunikasi, khususnya *Public Relations* untuk menerapkan teori atau kajian akademis yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dunia *Public Relations* yang sesungguhnya. Selain itu juga dapat menjadi contoh bagi perusahaan lain untuk menjalankan program-

program CSR serta dapat menjadi bahan evaluasi bagi PT FIFGroup dalam berkontribusi untuk mengembangkan perusahaan melalui penelitian Implementasi *Corporate Social Responsibility*-CSR PT FIFGroup Dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan (Studi kasus pada PT FIFGroup Peduli Pendidikan di RPTRA Anggrek & Bahari Cilandak, Jakarta Selatan).

I.6 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Di dalam bab ini, berisi tentang signifikansi penelitian, fokus penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, tertera teori *Public Relations*, dan *Corporate Social Responsibility* yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Terdiri dari penelitian terdahulu, definisi konsep teori penelitian dan kerangka berpikir.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan metode penelitian, metode pengumpulan data, teknik analisis data, teknik keabsahan data, serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bagian ini merupakan analisis untuk memberikan jawaban atau solusi terhadap masalah penelitian dan merupakan gambaran kemampuan penulis dalam memecahkan masalah.

BAB 5 PENUTUP

Menyatakan pemahaman peneliti tentang masalah yang diteliti berkaitan dengan skripsi berupa kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi yang peneliti gunakan untuk melengkapi pengumpulan data-data dalam proses pengerjaan penelitian.

LAMPIRAN

Berisi data-data pendukung untuk penelitian ini.