

**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) DI PT. PJB UBJOM PACITAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



ALFIAN DIKA PRANATA

NIM : 2015230065

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI
MALANG
2020**

RINGKASAN

Judul: Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. PJB UBJOM Pacitan.

Penerapan CSR penting dilakukan bagi perusahaan guna menyeimbangkan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi CSR serta apa faktor pendukung dan penghambat implementasi CSR PT. PJB UBJOM Pacitan.

Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data primer diperoleh dari wawancara kepada beberapa pihak terkait, sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari laporan CSR PT. PJB UBJOM Pacitan. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa PT. PJB UBJOM Pacitan sudah menerapkan CSR di berbagai aspek, meliputi pelatihan dan sertifikasi karyawan, pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi, pemerataan penerangan jalan, penerapan sistem manajemen penanganan, serta membangun konservasi penyusutan dan air. Sasaran program yang dijalankan juga mencakup pada tingkat Desa, Kecamatan, hingga Kabupaten. Antusias masyarakat dan dukungan dari pemerintah menjadi faktor pendukung dalam CSR, sedangkan minimnya anggaran dan kecemburuan sosial menjadi faktor penghambat CSR. Untuk kedepannya, perlu menentukan target jangka panjang dan jangka pendek dalam CSR yang diterapkan dan program yang diterapkan baiknya berfokus pada pemberdayaan.

Kata kunci: Implementasi, CSR, dan PT. PJB UBJOM Pacitan.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya ekonomi di era revolusi industri pada dekade 19-an, menyimpan fakta implisit dalam iklim korporasi. Menurut Rahman (2009: 19) pada masa itu, korporat memfokuskan orientasinya demi mendapatkan keuntungan semata (profit) tanpa memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya. Kontribusi terhadap masyarakat pun hanya berupa penyediaan lapangan kerja dan mekanisme pajak yang dipungut biaya.

Korporasi dalam menjalankan usahanya, sebaiknya tidak hanya di sektor pada ekonomi saja, namun kewajibannya sebagai entitas dalam masyarakat juga perlu diwujudkan dengan memberikan kontribusi yang memiliki *benefit* (manfaat) bagi masyarakat sekitar. Hal itu sebagaimana yang dikemukakan oleh Rusdianto (2013: 1), bahwa dalam pemenuhan berbisnis, selain profit (keuntungan), peningkatan kesejahteraan masyarakat dan karyawan juga harus menjadi tujuan utama suatu perusahaan. Sangat penting bagi perusahaan dan berbagai pihak untuk berkomitmen mewujudkan CSR sebagai *way of life* (pandangan hidup perusahaan).

Konsep tanggung jawab sosial (*social responsibility*) sejatinya sudah lama dikemukakan oleh salah satu tokoh yang bernama Howard R. Bowen pada tahun 1953 dalam karyanya yang berjudul *Social Responsibilities of the Businessman* (Carrol, dalam Kartini, 2013: 5). Oleh karenanya, Carrol menyebut Bowen sebagai “*The Father of Corporate Social Responsibility*” yang merumuskan

konsep tanggung jawab sosial sebagai berikut: *“The obligations of businessmen to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in terms of the objectives and values of our society”*. Pernyataan dari Bowen tersebut juga mendapat pandangan dari Steiner yang menegaskan bahwa tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh pelaku bisnis merupakan kelanjutan dari pelaksanaan berbagai kegiatan derma (*charity*) sebagai wujud kepedulian atau kecintaan terhadap sesama manusia (Steiner and Steiner, dalam Kartini 2013: 5).

Secara yuridis, kegiatan CSR sudah diatur sebagaimana dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007, tentang Perseroan, Bab V, Pasal 74 yang tertulis sebagaimana berikut, *“Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”*. Dari kutipan salah satu ayat konstitusi tersebut secara eksplisit menerangkan, bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan wajib diterapkan oleh pihak perusahaan sebagai salah satu entitas dalam masyarakat. Mentaati dan patuh terhadap hukum/aturan yang berlaku dalam skala nasional maupun internasional merupakan tindakan yang juga tertuang dalam salah satu prinsip CSR perusahaan (Mardikanto, 2018: 166). Walaupun dewasa ini, globalisasi, modernisasi, keterbukaan pasar dan informasi sudah merambah pesat, perusahaan juga perlu serius memperhatikan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Adanya regulasi yang sudah diamanatkan kepada perusahaan. Hal ini seharusnya menjadi salah satu faktor pendorong agar perusahaan tidak berorientasi pada internal, namun mereka juga berupaya pro-aktif dalam

berkontribusi memberikan kesejahteraan terhadap lingkungan sekitarnya, sebagai *feedback* atas sadarnya dan pentingnya kepedulian terhadap sesama (*philanthropy*). Menurut Ardianto (2011: 35), konsep dasar dari CSR sejatinya adalah wujud kemampuan beradaptasi perusahaan terhadap lingkungan yang mereka tempati, dan *stakeholder* yang terintegrasi dengan baik, dalam skala lokal, nasional, dan global. Singkatnya, CSR mengandung makna, bahwa perusahaan dituntut untuk berlaku jujur, mematuhi hukum, dan menjunjung integritas.

Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, pelaku bisnis dapat memfokuskan implementasinya terhadap tiga hal, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Jika ketiga dimensi ini dapat dijalankan dengan baik, maka akan mencapai yang disebut "*corporate citizenship*" (Mardikanto, 2018: 142). Yaitu, sebagai kegiatan yang berkesinambungan (*sustainable development*) dan juga salah satu usaha untuk mencegah terjadinya krisis, yaitu menurunnya citra/reputasi atau ketidakpercayaan dari masyarakat.

Untuk itu, CSR terlepas dari kewajiban secara hukum yang harus ditaati oleh semua perusahaan, di sisi lain hal ini memiliki dampak positif apabila dapat dikelola dengan baik oleh perusahaan. Multaji (dalam Mardikanto, 2018: 136) menjelaskan bahwa, penerapan CSR memiliki manfaat dalam mengembangkan kerja sama dengan para pemangku kepentingan. Hal ini bisa menjadi peluang bagi perusahaan sebagai salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan masyarakat, pemerintah, komunitas dan lembaga pendidikan lokal. Dengan relasi yang baik antara perusahaan terhadap pemangku kepentingan, hal ini dapat mendukung optimalnya usaha yang dikelola perusahaan (Qorib & Syahida, 2018).

Salah satu perusahaan yang ikut andil dalam menerapkan CSR adalah PT. Pembangkitan Jawa Bali - Unit Bisnis Jasa *Operation* dan *Maintenance* (selanjutnya disingkat PT. PJB UBJOM) yang bertempat di Kabupaten Pacitan, Jawa Timur. Sebagai salah satu anak perusahaan dari PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) yang berskala nasional, PT. PJB UBJOM Pacitan juga berupaya memberikan kontribusi dari berbagai sektor, mulai dari pendidikan, ekonomi, kesehatan, sosial, dan lingkungan dalam masyarakat (Keputusan Direksi PT. PJB, 2013). Sebagai perusahaan yang mengelola Pembangkit Listrik Tenaga Uap (PLTU) di Pacitan tersebut, PT. PJB UBJOM Pacitan sadar akan pentingnya CSR sebagai wujud tindakan etis akan keberadaannya di masyarakat.

Sadar akan pentingnya CSR sebagaimana dalam Undang-Undang yang berlaku, PT. PJB UBJOM Pacitan telah menjalankan program CSR dalam manajemen usahanya. Secara umum, PT. PJB UBJOM Pacitan menerapkan program CSR dengan mencakup beberapa wilayah di lingkungan perusahaan. Dalam Keputusan Direksi PT. PJB (2013), cakupan wilayah ini dibagi menjadi 4 ring (zona), yakni ring 1 meliputi wilayah desa dan kelurahan, ring 2 meliputi kecamatan dimana perusahaan berdiri, ring 3 meliputi wilayah kabupaten/kota, dan ring 4 yang meliputi provinsi dimana aset perusahaan berlokasi. Strategi implementasinya yang terbagi dalam zonasi tersebut juga didukung dengan beberapa jenis kegiatan yang karakteristiknya menyesuaikan dengan masing-masing daerah, seperti halnya konservasi penyu, PJB *Class*, dan pembinaan batik.

Namun dari informasi yang beredar, mengutip dari laman Mongabay.co.id, PLTU beberapa kali sudah sering mendapat komplain dari masyarakat dari *output* usaha yang dijalankan. Menurut Kepala Desa Sumberejo - Suyono

menyampaikan, bahwa keberadaan PLTU telah memberikan dampak negatif terhadap lingkungan perusahaan. Berbagai masalah muncul, meliputi debu yang mengganggu aktivitas masyarakat, pencemaran air karena adanya pembuangan limbah dari PLTU, hingga keresahan nelayan yang kecewa karena hasil tangkapannya menjadi berkurang.

Maka dari itu, sebagai perusahaan yang patuh terhadap hukum dan bertanggung jawab terhadap kondisi lingkungan sosialnya, perusahaan perlu menyikapi dan memberikan tindakan etis dari dampak usaha yang dikelolanya. Di sinilah peran *Corporate Social Responsibility (CSR)* perlu diterapkan, khususnya bagi PT. PJB UBJOM Pacitan. Program CSR yang dicanangkan sebaiknya tidak hanya bersifat derma (*charity*) atau *consumable* saja, namun juga memiliki pengembangan yang berkelanjutan (*sustainable development*), sistematis dan memiliki manfaat dalam meningkatkan kemampuan (*skill*) bagi masyarakat (*empowerment*). Untuk itu, berdasarkan dari pemaparan sebagaimana dimaksud, diperlukan kajian mendalam terkait implementasi *corporate social responsibility (CSR)* di PT. PJB UBJOM Pacitan.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, adapun rumusan masalah yang melatarbelakangi terhadap penelitian ini, di antaranya:

1. Bagaimana implementasi CSR PT. PJB UBJOM Pacitan?
2. Apakah faktor pendukung dan penghambat dalam implementasi CSR PT. PJB UBJOM Pacitan?

1.3 Tujuan

Adapun maksud dan tujuan dilakukannya penelitian ini, di antaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui implementasi CSR PT. PJB UBJOM Pacitan.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam implementasi CSR di PT. PJB UBJOM Pacitan.

1.4 Manfaat

Dalam pembuatan penelitian ini, penulis berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi beberapa pihak, di antaranya:

1.4.1 Manfaat Bagi Mahasiswa

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah mahasiswa dapat memahami tentang implementasi CSR dalam perusahaan. Tidak hanya memahami, mahasiswa juga mampu membuat strategi penerapan program CSR yang implementatif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, mahasiswa juga memahami akan pentingnya penerapan CSR sebagai tindakan etis perusahaan.

1.4.2 Manfaat Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini bisa menjadi arsip bagi akademik untuk dapat dibaca dan menjadi referensi keilmuan baru bagi mahasiswa yang lain, khususnya di bidang Ilmu Komunikasi. Yang selanjutnya, memungkinkan penelitian ini dapat dikembangkan dengan menyesuaikan situasi dan keadaan terkini sehingga menjadi hasil penelitian yang baru.

1.4.3 Manfaat Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan untuk implementasi program CSR kedepan. Selain itu, secara tidak langsung memberikan *brand image* perusahaan kepada pembaca, bahwa pihak perusahaan juga sadar akan tanggung jawabnya sebagai korporasi, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dari masyarakat terhadap perusahaan terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro & Machfudz, Dindin M. 2011. *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bandur, Agustinus. 2014. *Penelitian Kualitatif – Metodologi, Desain dan Teknik Analisis Data Dengan NVivo 10*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Cutlip, Scott M., Center, Allen H., Broom, Glen M. 2007. *Effective Public Relation*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Uchjana, Onong. 1998. *Human Relations dan Public Relations*. Bandung: Mandar Maju.
- Gassing, S., Syarifuddin. Suryanto. 2016. *Public Relations*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Harsono, Hanifah. 2002. *Implementasi Kebijakan dan Politik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kartini, Dwi. 2013. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Public Relations Writing: Teknik Produksi Berita Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mapisangka, Andi. 2009. *Implementasi CSR Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat*. JESP, 1(1).

- Mardikanto, Totok. 2018. *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Alfabeta.
- Morissan. 2008. *Manajemen Public Relation: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nawawi, Hadari & Mini, Martini. 1996. *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Nova, Firsan. 2009. *Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Grasindo.
- Novarianto, Fariz, Hamid, Djamhur, Mawardi, Kholid, M. 2017. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT. Beiersdorf Indonesia*. JAB, 42(2).
- PJB, PT. 2013. *Keputusan Direksi PT. PJB Tentang Pedoman Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di PT. Pembangunan Jawa-Bali*. Surabaya.
- Qorib, Fathul dan Syahida, Amanah Rakhim. 2018. Strategi Media Relations Museum Angkut Kota Batu untuk Meningkatkan Popularitas. *Jurnal Reformasi* Vol 7 No 1 hal 47-55.
- Rahman, A. dan Dewi, Mustika, Ratri. 2016. Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Aetra Air Jakarta. *Jurnal Visi Komunikasi*, 15(2).
- Rahman, Reza. 2009. *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Republik Indonesia. 2007. *Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas*. Jakarta.
- Rusdianto, Ujang. 2013. *CSR Communications: A Framework For PR Practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Setiawan, Guntur. 2004. *Implementasi Dalam Birokrasi Pembangunan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soemirat, Soleh. Ardianto, Elvinaro. 2012. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: MedPress.
- UBJOM, PJB. 2019. *Laporan CSR Triwulan IV*. Pacitan.
- Usman, Nurdin. 2002. *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*. Bandung: CV. Sinar Baru.